

**INVESTIGACIÓN EVALUATIVA SOBRE LA COMPETENCIA MEDIÁTICA Y LA
ALFABETIZACIÓN AUDIOVISUAL EN LOS ESTUDIANTES DEL GRADO 10-8
DEL COLEGIO INEM FELIPE PÉREZ DE LA CIUDAD DE PEREIRA,
DURANTE EL AÑO 2017**

**CRISTHIAN MONTES VALENCIA
LINA MARCELA CARDONA AGUDELO**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN E INFORMÁTICA EDUCATIVA
PEREIRA**

2018

**INVESTIGACIÓN EVALUATIVA SOBRE LA COMPETENCIA MEDIÁTICA Y LA
ALFABETIZACIÓN AUDIOVISUAL EN LOS ESTUDIANTES DEL GRADO 10-8
DEL COLEGIO INEM FELIPE PÉREZ DE LA CIUDAD DE PEREIRA,
DURANTE EL AÑO 2017**

**CRISTHIAN MONTES VALENCIA
LINA MARCELA CARDONA AGUDELO**

**Proyecto de grado para optar al título de Licenciado en
Comunicación e Informática Educativa**

Director:

Anyhelo Echeverri Sánchez

Candidato a Magister en Comunicación Educativa

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN E INFORMÁTICA EDUCATIVA
PEREIRA**

2018

Nota de aceptación

Director

Jurado

Pereira ____ de Junio de 2018

CONTENIDO

RESUMEN.....	6
ABSTRACT.....	7
INTRODUCCIÓN.....	8
<i>CAPÍTULO 1. TERRITORIO TEÓRICO</i>	
1.1 JUSTIFICACIÓN/PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
1.2 ESTADO DEL ARTE	15
1.3 MARCO TEÓRICO.....	17
1.3.1 CATEGORÍAS CONCEPTUALES.....	17
1.3.1.1 Medios de comunicación.....	18
1.3.1.2 Alfabetización audiovisual.....	18
1.3.1.3 Competencia mediática.....	19
1.3.2 Relación de las categorías conceptuales.....	20
1.4 OBJETIVOS.....	31
1.4.1 Objetivo general.....	31
1.4.2 Objetivos específicos.....	31
<i>CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA</i>	
2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	32
2.2 MÉTODO CIPP.....	33
2.3 FUENTES DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	34
2.3.1 Fuente primaria.....	34
2.4 DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN	

DE LA INFORMACIÓN.....	35
2.4.1 Observación no participante.....	35
2.4.1.1 Fichas técnicas de la observación no participante.....	35
2.4.2 Pretest.....	42
2.4.2.1 Cuestionario del Pretest.....	43
2.4.3 Plan de producción.....	47
2.4.3.1 Diseño del plan de producción.....	47
2.4.3.2 Bitácora del plan de producción.....	52
2.4.4 Proceso del plan de producción.....	58
2.4.5 Producto final.....	59
 <i>CAPÍTULO 3. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</i>	
3.1 ALFABETIZACIÓN AUDIOVISUAL.....	62
3.2 COMPETENCIA MEDIÁTICA.....	67
3.2.1 Conclusión a la luz de la competencia mediática.....	72
3.3 MAGAZINE COAUD.....	73
CONCLUSIONES.....	75
BIBLIOGRAFÍA.....	77

RESUMEN

La competencia mediática y sus indicadores responden a los requerimientos para medir y/o evaluar la alfabetización audiovisual, entendida como el lenguaje de las narrativas audiovisuales.

La presente investigación de corte evaluativo pretende evidenciar cómo se relacionan educación, tecnología y medios de comunicación a través del análisis del desarrollo de las competencias mediáticas y sus indicadores, mediante un plan de producción en donde se vislumbra la alfabetización audiovisual de los estudiantes de la modalidad Comunicación Audiovisual del grado 10-08 del colegio Inem Felipe Pérez de la ciudad de Pereira.

La investigación fue trabajada a la luz de autores como Joan Ferrés, Alejandro Piscitelli, Pere Marquès y Daniel Stufflebeam.

Esta pesquisa tiene como método el CIPP (contexto, input, proceso y producto) el cual arroja resultados a partir de una observación no participante, un cuestionario, el diseño de un plan de producción, la realización del plan y un producto final, en donde la unidad de análisis se da relacionando el accionar de los estudiantes con la teoría.

Así pues, la investigación arroja una estrategia de evaluación con el objetivo de abrir la discusión respecto a ser competente mediático y a la importancia de la alfabetización audiovisual en los ambientes educativos.

Palabras claves: comunicación, competencia, alfabetización, medios.

ABSTRACT

The media competence and its indicators respond to the requirements for measuring and/or assessing the audiovisual literacy, understood as the language of audiovisual narratives.

The present research, of an evaluative character, aims at evidencing how education, technology and media are related through the development analysis of media competences and their indicators by means of a production plan in which audiovisual literacy is identified in 10th grade students part of the audiovisual communication modality at Inem Felipe Pérez high school in Pereira.

The research was approached upon the light of authors like Joan Ferrés, Alejandro Piscitelli, Pere Marquès and Daniel Stiffelbeam.

Additionally, it uses the CIPP method (context, input, process and product) which throws the results based on an non-participant observation, a questionnaire, a production plan design, and a final outcome, in which the analysis unit is given by relating the students' actions to theory.

The pupose of this research is, then, to propose an evaluation strategy in order to open the discussion in regards to be media competent and the importance of audiovisual literacy in an educational environment.

Key Words: communication, competition, literacy, media.

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación sin duda juegan un papel importante en la sociedad, han sido un aliado estratégico de la denominada “Era de la información” (Castells, 2005)¹, caracterizada por la revolución tecnológica, que acompaña nuevas estructuras sociales desde lo global en todos los ámbitos de la actividad humana.

Los medios de comunicación son una parte fundamental para el desarrollo humano, ya que la mayoría de las cuestiones ya sea locales, nacionales o internacionales que afectan o involucran al individuo, circulan a través de éstos, siendo los medios un punto de encuentro de ideas, opiniones y construcciones, demostrando que “los medios de comunicación ayudan a reducir la incertidumbre y la ansiedad que provoca el encuentro intercultural” (Salanova, 1942)².

La Era de la información ha permitido la incorporación de los medios de comunicación en el ámbito educativo, fortaleciendo el desarrollo de nuevas estrategias didácticas; un gran ejemplo de esto es de Celestin Freinet, cuando en los años 60's en Francia utilizaba el periódico en el aula con un sentido pedagógico, en donde el estudiante podía visualizar sus capacidades, transformarse y también ligarse a su medio social (Freinet, 1969)³. Así pues, con el paso del tiempo se han ido recopilando muchas más experiencias de aula donde los medios cumplen un papel fundamental, potenciando las diversas capacidades de los estudiantes.

Desde ese entonces se empezaron a implementar proyectos y estrategias en el aula donde los medios estaban involucrados, inicialmente como instrumentos de apoyo lo cual favoreció a los maestros en cuanto a la didáctica; más adelante su uso trascendió, pues debido a las nuevas estructuras y necesidades sociales era

¹ CASTELLS, M. 2005. Innovación, libertad y poder en la era de la información. El carácter contradictorio del proceso de globalización y la diversidad. Monografía en línea. ONG Derechos Digitales. Disponible en: <http://www.derechosdigitales.org>

² MARTINEZ, Salanova, Enrique. Sánchez, Logroño. Medios de comunicación y encuentro de culturas, Revista Comunicar: 1942.

³ FREINET, Celestin. La psicología sensitiva y la educación: 1969.

necesario darles más protagonismo a los medios, siendo hoy objeto de estudio con el fin de comprender sus lógicas internas y externas.

Para 2008 la UNESCO⁴ inicia a nivel global la *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*, lo cual expande el escenario de los medios en la educación. El currículo está basado en seis dimensiones que propone Joan Ferrés en el texto “La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores” (Ferrés y Piscitelli, 2012)⁵.

En la actualidad diferentes países iberoamericanos han desarrollado proyectos que incluyen a los medios en la formación educativa, con mayor fuerza en países como Brasil, Argentina y España.

También en Colombia se han llevado a cabo algunas iniciativas de incluir los medios en el entorno educativo, además de convertirlo en un objeto de estudio. En las Instituciones educativas colombianas, se han dado pasos hacia el desarrollo de nuevas tecnologías y el ingreso de éstas en la escuela. Proyectos nacionales como Puntos Vive Digital⁶, se han encargado de dotar las aulas y de capacitar docentes y estudiantes en torno al uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

A partir de lo anterior el Ministerio de Educación Nacional ha considerado la relevancia de llevar el estudio de los medios a la escuela, tomando como punto de referencia países como Australia donde Quin y McMahon (1996) introdujeron como política educativa las competencias mediáticas en el aula. Así pues, se han establecido diferentes instituciones educativas en el país cuyo énfasis o modalidad responde a los medios de comunicación desde su producción y su reflexión; tal es el caso del colegio Inem Felipe Pérez de la ciudad de Pereira donde existe la modalidad “Comunicación Audiovisual” destinada para los grados 10 y 11, su estructura se divide en cuatro asignaturas y se encuentran unidas por medio del

⁴ Tomado del portal web: <https://goo.gl/vg2VJz> (UNESCO) United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation.

⁵ FERRÉS, Joan y PISCITELLI, Alejandro. La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. Barcelona: 2012.

⁶ Tomado del portal web: <https://bit.ly/ZkzHID> Vive digital para gente.

objetivo de área: “Desarrolla la competencia comunicativa, que le permite utilizar adecuada y responsablemente las estrategias discursivas y mediatizadas”.

La situación actual de los medios y su influencia en la sociedad, ha llevado a que desde algunos gremios se desarrollen estrategias para entenderlos, estudiarlos y producirlos, tal es el caso de la escuela, donde hace algunos años se vienen estudiando los medios. Ésta situación genera la necesidad de conocer los alcances de dicho estudio a la luz de la alfabetización audiovisual y cómo se desarrolla la competencia mediática en los estudiantes.

CAPÍTULO 1. TERRITORIO TEÓRICO

1.1 JUSTIFICACIÓN/PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, hay una necesidad por entender el crecimiento y el avance de la tecnología y la educación respecto a los medios de comunicación y cómo estos se soportan y se apoyan mutuamente.

Los medios brindan a las personas recursos para construir su concepción del mundo, ya que “son parte central de sus experiencias extraescolares y de sus relaciones e identidades cotidianas. Las vidas de niños actualmente están profundamente mediatizadas” (Buckingham y Martínez, 2013)⁷.

Los medios de comunicación no solo se han convertido en una herramienta en el ámbito educativo, sino también en un objeto de estudio. Len Masterman desde el año 1993 ve la necesidad de que la enseñanza en medios sea una prioridad y enumera las razones (Masterman, 1993)⁸:

- Elevado índice de consumo de medios.
- Importancia ideológica de los medios y su influencia como empresa de concienciación.
- Aumento de la manipulación y fabricación de la información.
- Creciente penetración de los medios en los procesos democráticos fundamentales.
- Creciente importancia de la comunicación visual en todas las áreas.
- Importancia de educar a los alumnos para que hagan frente a las exigencias del futuro.
- Vertiginoso incremento de las presiones nacionales e internacionales para privatizar la información.

⁷ BUCKINGHAM, David y MARTÍNEZ, Juan. Jóvenes interactivos: nueva ciudadanía entre redes sociales y escenarios escolares, Revista Comunicar. 2013.

⁸ MASTERMAN, Len. La enseñanza de los medios de comunicación: 1993.

A esto se le suma la urgencia en cuanto a la demanda que presenta la sociedad por recibir información y formas de interacción de calidad, puesto que “la nueva generación se reconoce como portadora del derecho al acceso a las tecnologías y a la producción de mensajes, de acuerdo con su creatividad, interés y proyectos de vida en la sociedad” (Oliveira, 2007)⁹.

Partiendo de esta idea se afirma la importancia de educar respecto a los medios en dos ámbitos, el primero se centra en la recepción y en la interpretación de los mensajes que circulan en el mundo y de una u otra manera impactan en el ser; el educar para los medios. El segundo ámbito que justifica la educación respecto a los medios está enfocado en el papel del individuo como actor y partícipe de los medios, o sea educar en medios, pues a pesar de que estemos bastante familiarizados con los lenguajes que allí se conectan para producir significados, aún hay mucho por aprender y enseñar en esta sociedad multicultural, sobre la cual el teórico español Jesús Martín Barbero dice: “una sociedad multicultural hoy es mucho más que una diversidad étnica, una heterogeneidad compuesta por la cultura letrada, las oralidades, la cultura audiovisual y la digital.” (Barbero, 2008)¹⁰.

Roberto Aparici acierta al hablar sobre cómo los nuevos medios ponen en práctica modelos comunicativos que permiten que cada ciudadano pueda ser, potencialmente, un medio de comunicación, donde es posible pensar en una sociedad de comunicadores donde todos alimenten el medio con sus creaciones y participaciones, los saberes individuales y colectivos (Aparici y Silva, 2012)¹¹.

Estas creaciones y participaciones, a través de sus lenguajes, permiten fortalecer los ecosistemas comunicacionales, para poder leer y dejarse leer del mundo de una manera en que la expresión sea libre y diversa, donde todos tengan cabida y se valoren las diferentes capacidades para comunicar, sacando el máximo provecho de la superación de la comunicación unidireccional.

⁹ DE OLIVEIRA, Ismar. El derecho a la pantalla: de la educación en medios a la educación en comunicación en Brasil: Sao paulo; 2007.

¹⁰ BARBERO, Jesús. Estallido de los relatos y pluralización de las lecturas: Huelva, España; 2008.

¹¹ APARICI, Roberto y SILVA, Marco. Pedagogía de la interactividad: Madrid, España; 2012.

Con el giro que los medios le han dado a la sociedad, su constante aparición en procesos educativos y la gran necesidad de educar respecto a ellos, han llevado a que en algunos países esta enseñanza tome lugar. En Latinoamérica y España se llevan a cabo proyectos educativos centrados en este proceso específico, de educar en y para los medios, donde por supuesto también se evidencia el educar con los medios, algunos ejemplos de estos proyectos son:

- Educom.Radio¹² - Brasil: Tiene como propósito esencial construir en las escuelas públicas un ambiente favorable a las manifestaciones de cultura de paz y colaboración entre los miembros de la comunidad educativa, combatiendo de esta forma las manifestaciones de violencia tanto física como simbólica.
- Educación Inicial¹³ – Argentina: Sitio de inteligencia colaborativa donde reposan conocimientos, experiencias e integración en proyectos.
- Portal de la Educomunicación¹⁴ – España. Administrado por el Grupo Comunicar. Asociación profesional de periodistas y docentes andaluces. Por un uso didáctico crítico, creativo y plural de los medios de comunicación en el aula. Por la ética y la educación en los medios de comunicación. Un punto de encuentro de quienes tienen interés por la educomunicación.

Y específicamente en Colombia:

Puntos Vive Digital: Promueve el uso y aprovechamiento de las TIC, a través de la disposición del acceso comunitario a zonas funcionales para el uso de internet, entretenimiento, capacitación, y trámites de Gobierno en Línea.

Quiero saber de TIC¹⁵: Es la campaña a través de la cual los ciudadanos de dos regiones del país podrán participar en el desarrollo de la fase 3 de los Puntos Vive Digital. Para ello, los ciudadanos podrán acceder a capacitaciones gratuitas que tienen como propósitos: Promover la cultura digital en las comunidades. Lograr el

¹² Tomado del portal web: <http://comminit.com/la/content/educoradio-brasil> La Iniciativa de Comunicación.

¹³ Tomado del portal web: <https://www.educacioninicial.com/> Educación Inicial.

¹⁴ Tomado del portal web: <http://educorunicacion.es/didactica/0016educorunicacion.htm> Educomunicación.

¹⁵ Tomado del portal web: <http://www.consorcio2018.com.co/quienes-somos/quiero-saber-de-tic> Consorcio Integradores 2018.

desarrollo de competencias en el mundo de las TIC. Fomentar el uso cotidiano de Internet. Estimular la creación y producción de contenidos digitales.

Prensa Escuela¹⁶: Promover el uso del periódico como herramienta educativa en las aulas de clase.

Además ofertas académicas en educación superior enfocadas en la apropiación de los fenómenos comunicativos y tecnológicos y ser competentes para la producción de mensajes y también para la enseñanza de los procesos que lo implican.

Licenciatura en Comunicación e Informática Educativa en la Universidad Tecnológica de Pereira, y Comunicación Audiovisual y Digital en la Fundación Universitaria del Área Andina. Este tipo de propuestas también están ahora presentes en la educación media del país.

En Colombia desde el 2005 existe el Proyecto de Acuerdo 424 del Concejo de Bogotá D.C.¹⁷, el cual dicta que todo profesor debe implementar las TIC en el aula de clase y además debe enseñar a sus estudiantes a producir y consumir de una manera crítica y reflexiva los medios audiovisuales; en este acuerdo se constituye la Cátedra de Alfabetización Audiovisual y Lectura Crítica de Medios, en donde se crean espacios propicios para la educación que a su vez son facilitados por profesionales de la pedagogía y la comunicación.

En la Institución Educativa Inem Felipe Pérez de la ciudad de Pereira, municipio de Risaralda. Desde hace tres años, se crea la modalidad *Comunicación Audiovisual*; ésta está articulada por 4 asignaturas: Semiología texto - imagen y fotografía; Producción audiovisual y multimedia; Taller de comunicación oral y escrita; y Taller de diseño gráfico. Esta Institución brinda un escenario para la comunicación a partir de los medios, un proceso que involucra análisis de los factores implicados y uso de ellos.

¹⁶ Tomado del portal web: <http://www.elcolombiano.com/blogs/prensaescuela/> Prensa Escuela

¹⁷ Tomado del portal web: <https://bit.ly/2LjZ9GE> de la Secretaría Jurídica Distrital de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. Colombia.

La modalidad Comunicación Audiovisual se presta como escenario propicio para evidenciar cómo se sujetan educación, tecnología y medios de comunicación. En este programa existe la posibilidad de identificar las competencias mediáticas de los estudiantes desde la propuesta articulada de dimensiones e indicadores de Ferrés y Piscitelli; pues la institución educativa cuenta con recursos y herramientas propios para una elaboración y creación técnica acorde a productos audiovisuales, además desde su Plan de Área algo fundamental es el análisis constante a los procesos que atraviesa la producción de medios. Partiendo desde un diagnóstico previo en los estudiantes mediante un pretest y respecto a las dimensiones que componen la Competencia mediática se llega a la incógnita: **¿De qué manera se desarrolla la competencia mediática en los estudiantes de la modalidad Comunicación Audiovisual del colegio Inem Felipe Pérez de la ciudad de Pereira, por medio de la producción audiovisual?**

La Competencia mediática, una propuesta resultado de las aportaciones hechas por 50 reconocidos expertos, españoles y extranjeros reajustada por los autores Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli, ofrece los criterios que servirán como ruta de navegación para la presente estrategia de observación y análisis de la modalidad Comunicación Audiovisual.

1.2 ESTADO DEL ARTE

El actuar de los estudiantes inmersos en los medios de comunicación es muy importante cuando están en función de ver y hacer productos audiovisuales y más en función del presente proyecto investigativo, cuyo propósito es saber cómo se enseña y cómo se evalúa el programa (*Comunicación audiovisual*) a su vez que, se identifica si hay alcance de los objetivos propuestos en el plan de curso académico con relación a los estándares universales existentes sobre educación en medios.

Con el objetivo de construir el estado del arte de este proyecto investigativo, se hizo una búsqueda de proyectos similares, tesis, artículos y teorías en listados y

en bases de datos académicos a nivel local, nacional e internacional, el motor de exploración para la indagación es *Investigaciones evaluativas* en donde la búsqueda arroja un hallazgo de suma importancia, solo dos trabajos cumplen con características similares, ya que no se encontraron trabajos relevantes o que correspondan a la idea central, un artículo nacional y un artículo internacional, puesto que todas las estrategias sobre educación en medios o del campo educocomunicativo se trabajan bajo la idea de secuencias didácticas o metodologías pedagógicas estructuradas cuyos fines son totalmente distintos.

De estos dos trabajos resultantes se extrae para el análisis su estructura para crear una ruta de navegación sólida del presente proyecto. A continuación los acercamientos que pretenden, desde lo teórico y conceptual, consolidar la investigación y darle validez:

- El artículo científico de los profesores e investigadores Edgar Oliver Cardoso Espinosa, José Roberto Ramos Mendoza y Ricardo Tejeida Padilla de la Universidad EAFIT, Medellín Colombia en el año 2009, tiene por objeto de investigación la “*Evaluación de programas educativos desde la perspectiva de los sistemas suaves: Propuesta metodológica*”. Su marco teórico navega con autores como Barranco de Areba, J. (2002), Checkland, P. (2002) y Martínez, A. (2006). La importancia de este artículo para el presente proyecto radica en entender que la evaluación es un proceso que se ha utilizado en múltiples momentos para comprobar los logros alcanzados en una institución educativa, obedeciendo a un cambio de paradigma en el proceso evaluativo tradicional. Finalmente proponen la Metodología de sistemas suaves a partir de la teoría general de sistemas, cuyo fin es observar la problemática social y trabajar en ella mediante un pensamiento holístico propuesto en siete etapas flexibles.
- La investigación de Ramón Pérez Juste de la Universidad nacional de educación a distancia (UNED), España en el año 2000, que tiene por objeto de investigación “*La evaluación de programas educativos: conceptos básicos, planteamientos generales y problemática*”. Maneja autores como Aguado, O. (1993), Alvira, F. (1991), Buendía Eisman, L. (1996) y Cabrera,

F. con Espín, J.V. (1986). Presentan la necesidad de relacionar la pedagogía y el objeto de conocimiento, en donde la Educación es objeto de análisis a la hora de plantear las reflexiones pertinentes sobre la evaluación educativa en general y la evaluación de programas educativos en particular. Pérez Juste plantea una propuesta metodológica especialmente pensada para la evaluación de programas educativos. Vislumbrando la educación como una actividad radicalmente humana, sistemática, orientada al perfeccionamiento y a la mejora de los estudiantes.

En conclusión, estos acercamientos ofrecen una reflexión sobre algunos temas especialmente críticos, tales como el papel de los expertos, la factibilidad de la evaluación, los aspectos éticos de la evaluación o la comparabilidad de los resultados. Además, la pertinencia de los procesos evaluativos, siendo un terreno poco explorado, en aras de fortalecer diferentes programas y proyectos.

1.3 MARCO TEÓRICO

Las personas por su naturaleza, siempre querrán estar comunicadas y por supuesto inmersas en los diferentes mecanismos de difusión de la información, pues la sociedad está construida por medio de la comunicación para así poder subsistir; por lo tanto, se hace necesario recalcar la importancia de los medios de comunicación por el uso en la vida cotidiana de las personas, pues es el punto de convergencia para unir a los seres humanos a nivel global.

Las categorías conceptuales a trabajar en ésta investigación son medios de comunicación, alfabetización audiovisual y competencia mediática se relacionan para la actual investigación con el fin de consolidar el marco teórico y conceptual con las bases fundamentales para teorizar y a partir de éste construir metodológicamente el proceso de intervención.

1.3.1 CATEGORÍAS CONCEPTUALES

En el marco teórico presentado en el actual proyecto, se expuso las ideas centrales de cada categoría conceptual, “Medios de comunicación, Alfabetización

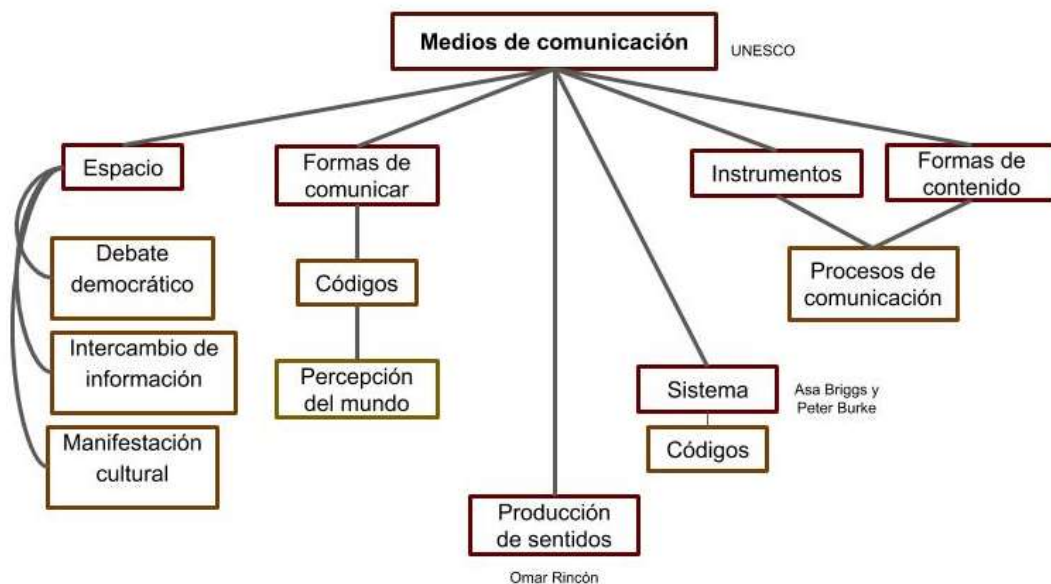
audiovisual y Competencia mediática”, categorías que tienen como objetivo dar respuesta al objeto de estudio de esta investigación y esbozar un camino que sirva como ruta de navegación.

Es necesario para la etapa metodológica, profundizar en los conceptos de las ya mencionadas categorías, entrevistando la definición conceptual y teórica a partir de su respectivo autor, que servirán como ruta de navegación bibliográfica para dirigir el diseño de los instrumentos de recolección y análisis de la información.

1.3.1.1 Medios de comunicación

La UNESCO propone una definición de los medios de comunicación en el año 2008, para su evalúo a través de los indicadores del desarrollo mediático, además se tienen presentes visiones de Omar Rincón, Asa Briggs y Peter Burke:

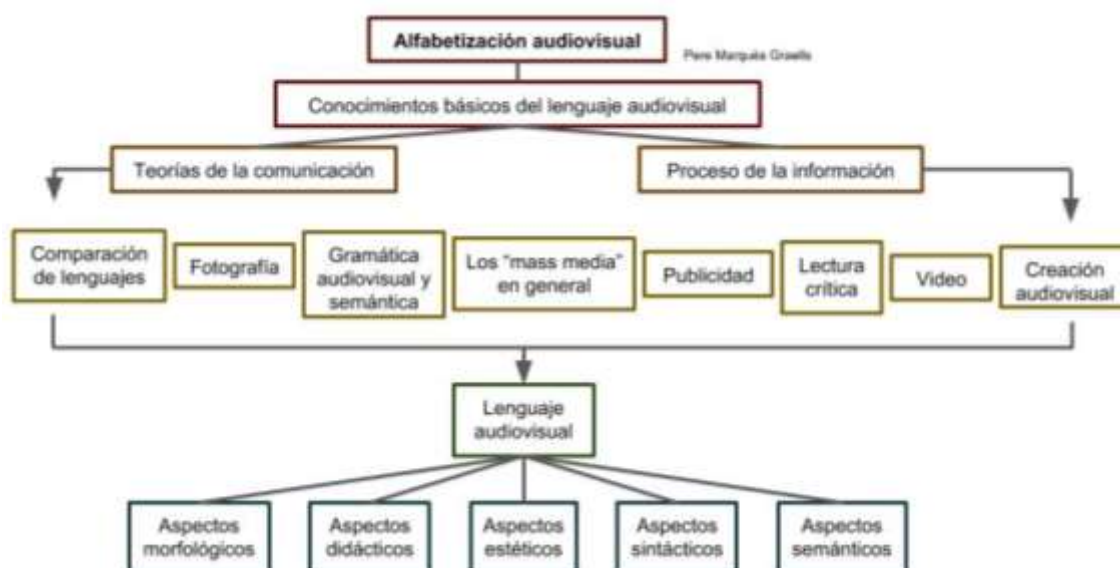
El medio de comunicación es una forma de comunicar por medio de códigos e instrumentos que coinciden en determinado espacio produciendo sentido.



1.3.1.2 Alfabetización audiovisual

En el presente proyecto investigativo se toma el concepto propuesto por el Dr. Pere Marquès Graells, en su artículo “La alfabetización audiovisual. Introducción al lenguaje audiovisual”:

Leer un texto no significa solamente conocer las letras y las palabras que se forman con ellas, sino que también significa saber interpretar significados, descubrir metáforas, analogías..., leer una imagen no significa únicamente identificar sus elementos morfológicos.¹⁸



1.3.1.3 Competencia mediática

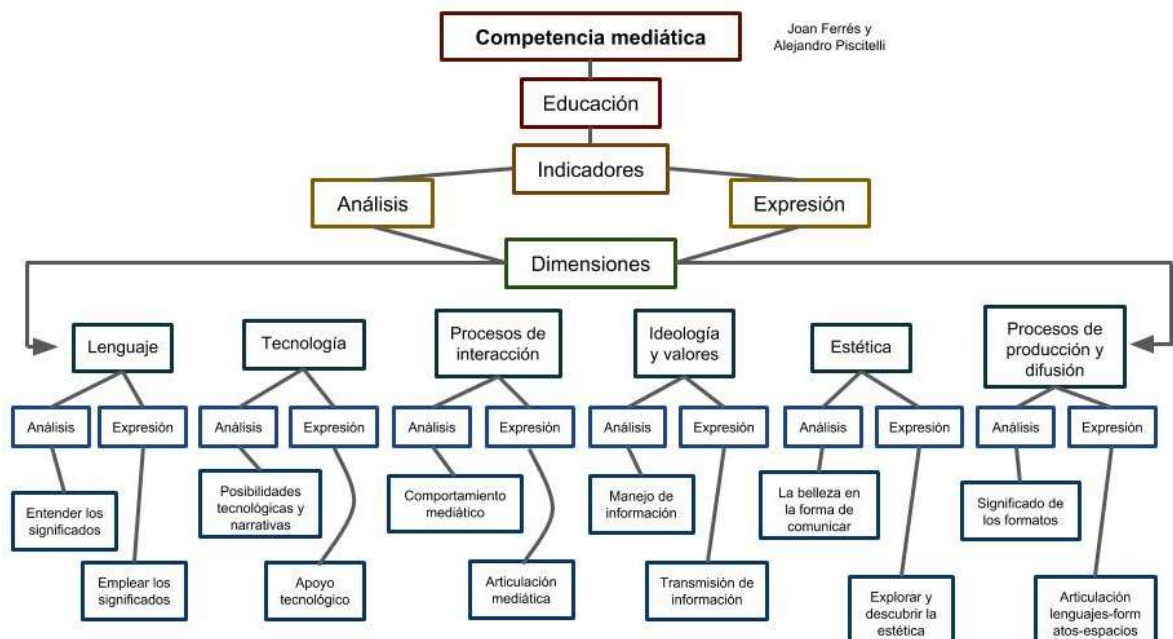
Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli desde el año 2005 hasta el año 2010, han venido realizando en España una investigación con el objetivo de evaluar el grado de competencia mediática. El artículo “La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores” sirve para consolidar un marco referencial.

No se piensa en una competencia que garantice la eficacia profesional, sino que potencie la excelencia personal. La competencia mediática ha de contribuir a desarrollar la autonomía personal de los ciudadanos y ciudadanas, así como su compromiso social y cultural... compaginando el espíritu crítico y estético con la capacidad expresiva.¹⁹

¹⁸ MARQUÈS, Pere. La alfabetización audiovisual: introducción al lenguaje audiovisual: Barcelona, 2000.

¹⁹ FERRÉS, Joan y PISCITELLI, Alejandro. La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. Barcelona: 2012.

Las dimensiones a tener en cuenta según el resultado del pretest son: Procesos de interacción e Ideología y valores; también fueron conceptualizadas en el marco teórico.



1.3.2 RELACIÓN DE LAS CATEGORÍAS CONCEPTUALES

La UNESCO²⁰ define a los medios de comunicación como un espacio que permite el debate democrático, el intercambio de información y la manifestación cultural; éstos son instrumentos o formas en que se adapta el contenido para llevar a cabo procesos de comunicación, los medios han evolucionado con el paso del tiempo debido a los desarrollos cognitivos, actitudinales y tecnológicos, explorando las diferentes formas de comunicarse, “de algún modo ofrece al lector un código de lectura muy estructurado por lo repetitivo, y que le permite organizar cognitivamente su percepción del mundo”²¹.

²⁰ UNESCO: Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social, 2008.

²¹ UNESCO: El papel de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública, 2003.

Los medios de comunicación para fortalecer su papel en la sociedad se han valido de muchos formatos desde los cuales se “producen sentidos porque hacen parte de la cultura, no actúan como transmisores o productores autónomos de significados e imaginarios, sino que hacen parte de diversas instituciones de significación como la política, la familia, la educación, las culturas” (Rincón, 2007)²². Para Briggs y Burke los medios deben ser entendidos como una totalidad, aprehender como interdependientes los distintos medios de comunicación, tratarlos como un conjunto, un repertorio, un sistema, lo que los franceses llaman *régime*, ya sea autoritario, democrático, burocrático o capitalista (Briggs y Burke, 2002)²³.

Víctor Miguel Niño Rojas, Doctor en Filosofía y Letras, plantea que el punto de inflexión entre los medios de comunicación y los procesos educativos se da a partir de reflexionar que los procesos educativos son meramente procesos comunicacionales, además los maestros contemporáneos de la pedagogía ponen en el presente la necesidad de reivindicar la comunicación como el secreto de la interacción pedagógica y manifiesta que existe un juego entre las tareas de una pedagogía renovada con la aplicación de los medios audiovisuales, levantando pilares fundamentales para pensar en la posibilidad de educar con, para y a través de los medios de comunicación. (Niño Rojas, 2005)²⁴.

Aquí se hace necesario preguntarse: ¿los estudiantes están en la capacidad de desenvolverse en los medios?, ¿los estudiantes están alfabetizados?

Pere Marquès Graells en el año 2000 hace una introducción y una aproximación conceptual de alfabetización audiovisual, entendida como el lenguaje de las imágenes visuales y auditivas, factores que hacen parte de la estructura de los medios de comunicación, y resaltan el sentido de los diferentes géneros y formatos que éstos manejan.

²² RINCON, Omar. No más audiencias, todos devenimos productores: Colombia, 2007.

²³ BRIGGS, Asa y BURKE, Peter. De Gutenberg a Internet: Una historia social de los medios de comunicación: 2002.

²⁴ NIÑO, Víctor. Los medios audiovisuales en el aula: 2005.

Pere Marquès argumenta que “El lenguaje audiovisual, como el lenguaje verbal que utilizamos ordinariamente al hablar o escribir, tiene unos elementos morfológicos, una gramática y unos recursos estilísticos... que nos permiten comunicarnos con otras personas”²⁵, en donde el lenguaje audiovisual permite comprender los mensajes soportados mediante imágenes sonORIZADAS y conocer los códigos que conforman el lenguaje de los medios.

En la relación entre lenguaje audiovisual y lenguaje verbal, Marquès propone y considera diversos aspectos en el proceso de enseñanza aprendizaje para la apropiación de un lenguaje discursivo audiovisual. Aspectos morfológicos, sintácticos, semánticos, estéticos y didácticos, sirven como elementos de aprovechamiento para una adecuada formación audiovisual, para entender los mensajes soportados mediante imágenes y sonidos, y también para la capacidad de comunicarse con éstos.

- Aspecto morfológico: es todo lo que respecta al significado de todos los elementos visuales y los elementos sonoros, para darle sentido a la composición y como tal una estructura. (Fotografía, ícono, palabra, música, voz, silencio)
- Aspecto sintáctico: concierne a todos los aspectos estructurales y expresivos propios del lenguaje audiovisual, terminología como tiros, colocación y posición de la cámara, ritmo, movimientos de los objetos, composición de la imagen y fotografía. (Planos, ángulo, composición, luz, ritmo, movimiento, color)
- Aspecto estético: condiciones de lo bello en el arte y la naturaleza o modo particular de ver si las cosas están bien hechas, además de la función narrativa-descriptiva de manera formal del producto audiovisual.
- Aspecto didáctico: se refiere a la intencionalidad pedagógica con la inclusión de recursos que faciliten la comprensión del aprendizaje y sus contenidos.

²⁵ MARQUÈS, Pere. La alfabetización audiovisual: introducción al lenguaje audiovisual: Barcelona, 2000.

- Aspecto semántico: los significados denotativos y connotativos del mensaje o la información. (Comparación, metáforas, frases, marcas)

A partir de la propuesta de la UNESCO la educación en medios de comunicación, aporta herramientas analíticas y conocimiento crítico que entregan poderes a los estudiantes de los medios, que funcionan como ciudadanos autónomos y racionales, permitiéndoles realizar un uso crítico de los medios. La educación en medios de comunicación es una parte importante de la educación cívica y ayuda a hacer que los ciudadanos sean responsables y estén bien informados, conscientes de sus derechos y obligaciones.

García Matilla aporta que “no puede entenderse la educación en materia de comunicación, sin haber hablado antes de alfabetización audiovisual” aunque el concepto de alfabetización trasciende desde el punto de vista desde la educación en materia de la comunicación porque “enlaza directamente con una concepción globalizadora del fenómeno educativo en su doble interacción con los medios, como objeto de estudio dentro de la escuela y como instrumento al servicio de un modelo alternativo de comunicación educativa” (Matilla, 1993: Pág. 63)²⁶ para ofrecer distintas posibilidades en el aula en la inserción en el marco curricular.

En la actualidad, no es que exista gran afán de preparar a los estudiantes para que aprendan a ver televisión o videos en internet por mencionar algunos, sino más bien en preparar a los estudiantes para que aprendan a vivir y sobrevivir en un mundo donde la imagen y los simbolismos construyen y distorsionan la realidad y no solo eso, que se apropien de la discursividad audiovisual y hagan de los medios de comunicación una herramienta cotidiana en los procesos educativos.

La consideración de Marquès para afirmar si un estudiante o una persona tiene una adecuada formación audiovisual, es cuando aquellos pueden comprender los mensajes soportados mediante imágenes y/o sonidos y también cuando son capaces de comunicarse entre sí mediante audiovisuales, ahora bien el cómo medir o evaluar dichos niveles de formación audiovisual en un contexto

²⁶ GARCIA, Agustín. Televisión y jóvenes en España: 1993.

determinado y especialmente educativo, responde a si los estudiantes son competentes en la lectura y producción de los medios.

Ferrés y Piscitelli proponen como tal la “Competencia mediática”²⁷ que responde y encaja a dichos requerimientos para medir o evaluar la alfabetización audiovisual de los estudiantes, pues el desarrollo de la competencia da paso a nuevas estrategias en ambientes educativos donde por supuesto se ve involucrado el aprendizaje y surge debido a los cambios que se han producido en el entorno comunicativo en los últimos tiempos, generando la necesidad de revisar y plantear los parámetros bajo los cuales se impartirá la educación mediática. En la propuesta que los autores desarrollan se encuentran criterios, dimensiones e indicadores que alimentan y definen la competencia mediática, además cuenta con aportaciones de 50 expertos reconocidos. Esta propuesta tiene en cuenta seis dimensiones: 1. Lenguajes; 2. Tecnología; 3. Procesos de interacción; 4. Procesos de producción y difusión; 5. Ideología y valores; 6. Dimensión estética. (Fig. 1: *Competencia mediática*)

Tomado con base en: La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores - Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli		
<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>	
Lenguaje	Análisis. Entender los significados.	Expresión. Emplear los significados.
Tecnología	Análisis. Posibilidades tecnológicas y narrativas.	Expresión. Apoyo tecnológico.
Procesos de interacción	Análisis. Comportamiento mediático.	Expresión. Articulación mediática.
Ideología y valores	Análisis. Manejo de la información.	Expresión. Transmisión de información.
Procesos de producción y difusión	Análisis. Significado de los formatos.	Expresión. Articulación lenguajes-formatos-espacios.

²⁷ FERRÉS, Joan y PISCITELLI, Alejandro. La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. Barcelona: 2012.

Estética	Análisis. La belleza en la forma de comunicar.	Expresión. Explorar y descubrir la estética.
-----------------	---	---

Fig. 1: *Competencia mediática*

Los indicadores se despliegan en análisis y expresión para cada dimensión teniendo en cuenta los aspectos que se deben desarrollar en cada una de las dimensiones, por consiguiente al desarrollo de la competencia mediática. Además proponen estructuras desde dos ámbitos de trabajo uno es la producción de mensajes propios y el otro es la interacción con mensajes ajenos.

Para la presente investigación es tenido en cuenta el pretest realizado con los estudiantes antes del proceso de intervención, en donde el resultado arrojado revela el estado de desarrollo de la competencia mediática en los estudiantes de la modalidad Comunicación Audiovisual. A continuación se hace un recuento de las dimensiones y los factores a tener en cuenta desde sus indicadores de análisis y expresión:

1. La dimensión *Lenguaje* en el ámbito de análisis que tiene como base escueta el entender los significados, para los autores es:

- Capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación y la función que cumplen en un mensaje.
- Capacidad de analizar y de valorar los mensajes desde la perspectiva del significado y del sentido, de las estructuras narrativas y de las convenciones de género y de formato.
- Capacidad de comprender el flujo de historias y de informaciones procedentes de múltiples medios, soportes, plataformas y modos de expresión.
- Capacidad de establecer relaciones entre textos (intertextualidad), códigos y medios, elaborando conocimientos abiertos, sistematizados e interrelacionados.

Respecto al ámbito de Expresión para la anterior dimensión, que concierne a la empleabilidad de los significados, los indicadores son:

- Capacidad de expresarse mediante una amplia gama de sistemas de representación y de significación.
- Capacidad de elegir entre distintos sistemas de representación y distintos estilos en función de la situación comunicativa, del tipo de contenido que hay que transmitir y del tipo de interlocutor.
- Capacidad de modificar productos existentes, confiriéndoles un nuevo sentido y valor.

2. La dimensión *Tecnología* en el ámbito de análisis que tiene como base escueta las posibilidades tecnológicas y narrativas, para los autores es:

- Comprensión del papel que desempeñan en la sociedad las tecnologías de la información y de la comunicación y de sus posibles efectos.
- Habilidad para interactuar de manera significativa con medios que permiten expandir las capacidades mentales.
- Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.
- Capacidad de desenvolverse con eficacia en entornos hipermediales, transmediáticos y multimodales.

Respecto al ámbito de Expresión para la anterior dimensión, que concierne al apoyo tecnológico, los indicadores son:

- Capacidad de manejar con corrección herramientas comunicativas en un entorno multimedial y multimodal.
- Capacidad de adecuar las herramientas tecnológicas a los objetivos comunicativos que se persiguen.
- Capacidad de elaborar y de manipular imágenes y sonidos desde la conciencia de cómo se construyen las representaciones de la realidad.

3. La dimensión *Procesos de interacción* en el ámbito de análisis que tiene como base escueta el comportamiento mediático, para los autores es:

- La capacidad de selección, de revisión y de autoevaluación de la propia dieta mediática, en función de unos criterios conscientes y razonables.
- Capacidad de dilucidar por qué gustan unos medios, unos productos o unos contenidos, por qué tienen éxito, individual o colectivamente: qué necesidades y deseos satisfacen en lo sensorial, en lo emotivo, en lo cognitivo, en lo estético, en lo cultural, etc.
- Capacidad de valorar los efectos cognitivos de las emociones: tomar conciencia de las ideas y valores que se asocian con personajes, acciones y situaciones que generan, según los casos, emociones positivas y negativas.
- Capacidad de discernir y de gestionar las disociaciones que se producen a veces entre sensación y opinión, entre emotividad y racionalidad.
- Conocimiento de la importancia del contexto en los procesos de interacción.
- Conocimientos básicos sobre el concepto de audiencia, sobre los estudios de audiencia, su utilidad y sus límites.
- Capacidad de apreciar los mensajes provenientes de otras culturas para el diálogo intercultural en un período de medios transfronterizos.
- Capacidad de gestionar el ocio mediático convirtiéndolo en oportunidad para el aprendizaje.

Respecto al ámbito de Expresión para la anterior dimensión, que concierne a la articulación mediática los indicadores son:

- Actitud activa en la interacción con las pantallas, entendidas como oportunidad para construir una ciudadanía más plena, un desarrollo integral, para transformarse y para transformar el entorno.
- Capacidad de llevar a cabo un trabajo colaborativo mediante la conectividad y la creación de plataformas que facilitan las redes sociales.
- Capacidad de interaccionar con personas y con colectivos diversos en entornos cada vez más plurales y multiculturales.
- Conocimiento de las posibilidades legales de reclamación ante el incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual, y actitud responsable ante estas situaciones.

4. La dimensión *Ideología y valores* en el ámbito de análisis que tiene como base escueta el manejo de la información, para los autores es:

- Capacidad de descubrir la manera en que las representaciones mediáticas estructuran nuestra percepción de la realidad, a menudo mediante comunicaciones inadvertidas.
- Capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite.
- Habilidad para buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar informaciones procedentes de distintos sistemas y de diferentes entornos.
- Capacidad de detectar las intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares, así como su ideología y valores, explícitos o latentes, adoptando una actitud crítica ante ellos.
- Actitud ética a la hora de descargar productos útiles para la consulta, la documentación o el visionado de entretenimiento.
- Capacidad de analizar las identidades virtuales individuales y colectivas, y de detectar los estereotipos, sobre todo en cuanto a género, raza, etnia, clase social, religión, cultura, discapacidades, etc., analizando sus causas y consecuencias.
- Capacidad de analizar críticamente los efectos de creación de opinión y de homogeneización cultural que ejercen los medios.
- Capacidad de reconocer los procesos de identificación emocional con los personajes y las situaciones de las historias como potencial mecanismo de manipulación o como oportunidad para conocernos mejor a nosotros mismos y para abrirnos a otras experiencias.
- Capacidad de gestionar las propias emociones en la interacción con las pantallas, en función de la ideología y de los valores que se transmiten en ellas.

Respecto al ámbito de Expresión para la anterior dimensión, que concierne a la transmisión de la información los indicadores son:

- Capacidad de aprovechar las nuevas herramientas comunicativas para transmitir valores y para contribuir a la mejora del entorno, desde una actitud de compromiso social y cultural.
- Capacidad de elaborar productos y de modificar los existentes para cuestionar valores o estereotipos presentes en algunas producciones mediáticas.
- Capacidad de aprovechar las herramientas del nuevo entorno comunicativo para comprometerse como ciudadanos y ciudadanas de manera responsable en la cultura y en la sociedad.

5. La dimensión *Procesos de producción y difusión* en el ámbito de análisis que tiene como base escueta el manejo de la información, para los autores es:

- Conocimiento de las diferencias básicas entre las producciones individuales y las colectivas, entre las populares y las corporativas, y, en el ámbito de estas últimas, si es el caso, entre las elaboradas por instancias de titularidad pública y privada.
- Conocimiento de los factores que convierten las producciones corporativas en mensajes sometidos a los condicionamientos socioeconómicos de toda industria.
- Conocimientos básicos sobre los sistemas de producción, las técnicas de programación y los mecanismos de difusión.
- Conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, y de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos.

Respecto al ámbito de Expresión para la anterior dimensión, que concierne a la Articulación lenguajes, formatos y espacios, los indicadores son:

- Conocimiento de las fases de los procesos de producción y de la infraestructura necesaria para producciones de carácter personal, grupal o corporativo.

- Capacidad de trabajar, de manera colaborativa, en la elaboración de productos multimedia o multimodales.
- Capacidad de seleccionar mensajes significativos, apropiarse de ellos y transformarlos para producir nuevos significados.
- Capacidad de compartir y diseminar información, a través de los medios tradicionales y de las redes sociales, incrementando la visibilidad de los mensajes, en interacción con comunidades cada vez más amplias.
- Capacidad de manejar la propia identidad online/offline y actitud responsable ante el control de datos privados, propios o ajenos.
- Capacidad de gestionar el concepto de autoría, individual o colectiva, actitud responsable ante los derechos de propiedad intelectual y habilidad para aprovecharse de recursos como los «*creative commons*».
- Capacidad de generar redes de colaboración y de retroalimentarlas, y actitud comprometida ante ellas.

6. La dimensión *Estética* en el ámbito de análisis que tiene como base escueta a la belleza en la forma de comunicar, para los autores es:

- Capacidad de extraer placer de los aspectos formales, es decir, no solo de lo que se comunica sino también de la manera cómo se comunica.
- Sensibilidad para reconocer una producción mediática que no se adecue a unas exigencias mínimas de calidad estética.
- Capacidad de relacionar las producciones mediáticas con otras manifestaciones artísticas, detectando influencias mutuas.
- Capacidad de identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, la originalidad, el estilo, las escuelas y tendencias.

Respecto al ámbito de Expresión para la anterior dimensión, que concierne a la exploración y descubrimiento de la estética, formatos y espacios, los indicadores son:

- Capacidad de producir mensajes elementales que sean comprensibles y que contribuyan a incrementar los niveles personales o colectivos de creatividad, originalidad y sensibilidad.
- Capacidad de apropiarse y de transformar producciones artísticas, potenciando la creatividad, la innovación, la experimentación y la sensibilidad estética.

La competencia mediática pretende poner en sintonía la revolución tecnológica con los cambios producidos en la concepción de la mente humana, sobre todo en lo referente al peso de las emociones y el inconsciente sobre los procesos razonados y conscientes (Ferrés y Piscitelli, 2012). En esta propuesta la educación deberá desarrollarse en pro a la cultura participativa, el espíritu crítico, estético, la capacidad expresiva, la autonomía en cuanto al compromiso social y cultural.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Evaluar el desarrollo de la competencia mediática en los estudiantes de la modalidad Comunicación Audiovisual del colegio Inem Felipe Pérez de la ciudad de Pereira, por medio de la producción audiovisual.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Distinguir las competencias mediáticas en los estudiantes desde un diagnóstico previo.
- Diseñar e implementar un plan de producción basado en las fases Pre, Pro y Posproducción para distinguir las competencias mediáticas de los estudiantes.
- Aportar desde los resultados, al análisis sobre los alcances en torno a las competencias mediáticas desarrolladas por los estudiantes desde la alfabetización audiovisual en la escuela.

CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA

2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este trabajo se caracteriza por ser una investigación evaluativa, Tomás Escudero Escorza en su trabajo “Desde los tests hasta la investigación evaluativa actual” (2003)²⁸ presenta el desarrollo histórico en el ámbito de la evaluación educativa en el siglo XX para así entender y llevar a cabo una investigación evaluativa que tiene por objetivo evaluar los resultados de uno o más programas que hayan sido o estén aplicados dentro de un contexto determinado, bajo esta mirada se hace necesario plantear un método que permita medir, evaluar o establecer los requerimientos contemplados en las dimensiones de la competencia mediática, y así estar alfabetizado audiovisualmente.

El acercamiento conceptual e histórico logrado en dicho trabajo permite vislumbrar y trazar la ruta del presente trabajo, en donde se plantea la necesidad de una evaluación científica que sirva para perfeccionar la calidad de la educación, en este caso de la discursiva audiovisual a través de las competencias mediáticas.

Según Hernández Sampieri “requiere la manipulación intencional de una acción para analizar sus posibles resultados”²⁹ en donde el grupo se ve expuesto a las etapas que hacen parte del método científico: delimitar y definir el objeto de investigación; plantear una hipótesis; elaborar el diseño instruccional; llevar a cabo el experimento; analizar los resultados; obtener conclusiones.

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, cuya pretensión es entender el comportamiento humano respecto a los resultados que arroja un experimento en donde el proceso es flexible a la interpretación. Esta investigación es de tipo factible, pues trabaja con un modelo metodológico operativo viable que busca dar solución a un problema o necesidad educativa en un contexto determinado, al poner en marcha diferentes acciones diseñadas a partir de un diagnóstico para responder y resolver la pregunta de investigación ***¿De qué manera se desarrolla***

²⁸ ESCUDERO, Tomas. Desde los tests hasta la investigación evaluativa actual. Un siglo, el xx, de intenso desarrollo de la evaluación en educación: 2003.

²⁹ HERNANDEZ, Roberto. Metodología de la investigación: México, 1991.

la competencia mediática en los estudiantes de la modalidad de comunicación audiovisual del colegio Inem Felipe Pérez, por medio de la producción audiovisual?

2.2 MÉTODO CIPP

Ralph W. Tyler, considerado el padre de la evaluación educativa expone una idea clara de “Curriculum” integrando en este “el método sistemático de evaluación educativa, como el proceso surgido para determinar en qué medida han sido alcanzados los objetivos previamente establecidos” (Tyler, 1950)³⁰. Entendiendo método como el modo ordenado y sistemático de proceder para llegar a un resultado o fin determinado,

Daniel Stufflebeam en 1967 propone el método (CIPP), cuyo paradigma dominante es mixto, la finalidad evaluativa es la medición de los objetivos y el análisis de la información para tomar decisiones y quien cumple el rol de evaluador es un agente externo a la institución o contexto determinado; El contenido evaluativo del método propuesto y elegido para este proyecto investigativo lo descifran sus siglas (CIPP) Contexto- Input- Proceso- Producto, Stufflebeam decide denominar su CIPP con el término modelo por costumbre, pero indica que no lo hacen en el sentido preciso que tiene el término en las ciencias sociales, aquí coincidimos que el término preciso y apropiado es enfoque evaluativo.

El CIPP traza una ruta a seguir para la recolección de datos como parte fundamental de éste plan de evaluación, éste consta de 4 momentos: como primer momento está el acercamiento a la población objeto de estudio, en el cual se extrae información pertinente (contexto), para este caso información sobre la competencia mediática y los procesos que se desarrollan desde la modalidad Comunicación Audiovisual; el segundo momento es cuando se propone un plan de producción (input) en el cual se puede observar las habilidades desarrolladas y logros alcanzados, también las no desarrolladas y no alcanzados, con base en

³⁰ Extraído del artículo “Desde los tests hasta la investigación evaluativa actual. Un siglo, el xx, de intenso desarrollo de la evaluación en educación” 2003.

la Competencia Mediática (Ferrés y Piscitelli, 2012), también se puede observar los conocimientos adquiridos respecto a La Alfabetización Audiovisual (Marquès, 2000); el tercer momento se presta para desarrollar el plan de producción con los estudiantes (proceso), en ese momento los moderadores estarán como apoyo respecto a comunes acuerdos, formatos y estrategias para dinamizar los procesos de producción (temática, formato/género, información, contenido, narrativa, gestión y producción, estarán a cargo de los estudiantes); el cuarto y último momento es cuando se obtienen los resultados (producto) que serán una pieza fundamental para las conclusiones y la unidad de análisis de éste plan de evaluación.

- **Contexto:** Modalidad comunicación Audiovisual, INEM Felipe Pérez.
- **Input:** Plan de producción.
- **Proceso:** Experimento Preproducción; Producción; Posproducción con su plan de grabación.
- **Producto:** Producción audiovisual.

2.3 FUENTES DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

2.3.1 Fuente primaria

Las fuentes de primera mano proporcionan la información necesaria de todo lo relacionado con el tema de análisis, el investigador reúne la información a través de sus propios medios teniendo contacto inmediato con su objeto de análisis y/o cuando participa directamente en el contexto. Los datos obtenidos se lograron a partir, de una observación no participante en las asignaturas de la modalidad *Comunicación Audiovisual*, durante el mes de abril del año 2017. Se obtienen datos a través de un cuestionario (Pretest) realizado en el mes de mayo del año 2017. También se obtuvieron datos a partir de las bitácoras realizadas como seguimiento del plan de producción cuya intervención fue en el mes de noviembre del año 2017.

2.4 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN: DISEÑO/ANÁLISIS

2.4.1 Observación no participante

El levantamiento del dato se da cuando el investigador se mantiene al margen dentro de las clases como un espectador pasivo, limitándose a registrar en las fichas técnicas la información resultante ante él, sin interactuar ni tener implicación alguna con el contexto ni con los estudiantes.

Se realizó la observación no participante con los estudiantes del grado 10 - 08 de la modalidad *Comunicación Audiovisual* durante el año 2017 en cuatro clases de su plan de estudio, una sesión de observación no participante por cada asignatura, ya que al no participar de forma activa con el objeto de estudio, se puede observar en su estado natural sin que el investigador pueda alterar su naturaleza mediante el simple hecho de estudiarlo.

Las clases en donde se hace la observación no participante con sus respectivas fechas se pueden observar en la siguiente tabla (Fig. 2: *Clases de la observación no participante*)

Materia	Profesor	Fecha
Semiología texto, imagen y fotografía	Celso Londoño	13 de abril
Producción audiovisual y multimedial	Germán Vásquez	17 de abril
Taller de Comunicación oral y escrita	Alejandro Marín	17 de abril
Taller de Diseño gráfico	Daniel Arenas	28 de abril

Fig. 2: *Clases de la observación no participante*

La duración de cada sesión de observación no participante es de 1 hora, cada una con su información registrada en sus respectivas fichas técnicas.

2.4.1.1 Fichas técnicas de la observación no participante

Para el levantamiento de los datos que permitieran reflexionar y llegar a las conclusiones frente a la pregunta de investigación, se construyeron fichas técnicas, que fueron utilizadas para la recolección de la información y así hacer

una caracterización de la población objeto de estudio, que sirvió como paso fundamental en el proceso CIPP.

Para tener el primer acercamiento con las cuatro asignaturas contempladas en el plan de área de la modalidad, se estructuró una ficha técnica con la que se pretendió hacer la relación de la información del plan de estudio y el actuar en la clase.

El formato de la ficha técnica se estructuró con los siguientes ítems:

- **Investigador:** Nombre de quién realiza la pesquisa.
- **Número de la ficha:** Se le asignó un número a cada asignatura.
- **Fecha:** Día de la clase en que se realizó la observación.
- **Nombre de la asignatura:** Una de las cuatro asignaturas de la modalidad comunicación audiovisual.
- **Hora:** Hora en la que se realizó la observación.
- **Lugar:** Colegio donde se realizó la observación.
- **Descripción de la asignatura:** Los estándares con los que trabaja la asignatura.
- **Descripción general del espacio:** Aquí se realizó el primer acercamiento, en el que se describen como tal, el salón de clase, se describen los estudiantes participantes de la clase junto a su profesor.
- **Aspectos:** características de la dinámica y las actividades realizadas en relacionan con la con el plan de área.

A continuación se presentan las cuatro fichas técnicas estructuradas a partir de los ítems arriba mencionados que posibilitaron el primer encuentro de análisis:

Investigadores: Cristhian Montes y Lina Cardona	Número de la ficha: 1
Fecha: 13 de Abril de 2017	Nombre de la asignatura: Semiología texto, imagen y fotografía
Hora: Inicio 7:15am Final 8:10am	Lugar: Colegio Inem Felipe Pérez de Pereira
Descripción de la asignatura: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Medios de comunicación y otros sistemas simbólicos y ética de la comunicación:</i> Retomo críticamente los lenguajes no verbales para desarrollar procesos comunicativos intencionados. • <i>Comprensión e interpretación textual:</i> Comprendo e interpreto textos con actitud crítica y capacidad argumentativa. • <i>Producción textual:</i> Produzco textos no verbales que evidencien mi conocimiento de la imagen y el control sobre el uso que hago de ella en contextos comunicativos. 	
Descripción general del espacio: <p>El salón de clase tiene las sillas justas para 30 estudiantes, organizadas en filas, las paredes adornadas con afiches alusivos a la modalidad y un cuadro organizacional para el aseo, el salón está dotado con escritorio para el profesor y un tablero, además el profesor llega con un video proyector y su computador portátil.</p> <p>De 30 estudiantes asistieron a clase 28, de ellos 24 mujeres y 4 hombres y cuya edad varia dentro del rango de 14 a 17 años.</p>	
Aspectos: <p>El profesor presenta a sus estudiantes fotografías hechas por ellos mismos cuya temática es la subcultura urbana, los estudiantes guiados por el profesor discuten características básicas de la composición de la imagen como encuadre, color, profundidad de campo e intencionalidad y conceptualización de las mismas. Mediante la creación de las fotografías se evidencia el proceso de producción pero también revela la capacidad de los estudiantes de hacer una evaluación a sus propios compañeros.</p>	

Investigadores: Cristhian Montes y Lina Cardona	Número de la ficha: 2
Fecha: 17 de Abril de 2017	Nombre de la asignatura: Producción audiovisual y multimedial
Hora: Inicio 6:20am Final 7:15am	Lugar: Colegio Inem Felipe Pérez de Pereira
Descripción de la asignatura: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Medios de Comunicación y Sistemas simbólicos:</i> Retomo críticamente los lenguajes no verbales para desarrollar procesos comunicativos intencionados. • <i>Producción textual:</i> Produzco textos audiovisuales que evidencien mi conocimiento de la comunicación en diferentes contextos. • <i>Comprensión e interpretación textual:</i> Comprendo e interpreto textos audiovisuales con actitud crítica y capacidad argumentativa. 	
Descripción general del espacio: <p>El salón de clase tiene las sillas justas para 30 estudiantes, organizadas en mesa redonda, las paredes adornadas con afiches alusivos a la modalidad y un cuadro organizacional para el aseo, el salón está dotado con escritorio para el profesor y un tablero.</p> <p>De 30 estudiantes asistieron a clase 30, de ellos 26 mujeres y 4 hombres y cuya edad varia dentro del rango de 14 a 17 años.</p>	
Aspectos: <p>El profesor a modo de clase magistral expone e invita al análisis a sus estudiantes con la estructura literaria para la creación de una campaña publicitaria, encaminando su exposición hacia la articulación de elementos verbales y no verbales de la comunicación, analizando imágenes simbólicas y asociándolo al concepto publicitario.</p> <p>El ejercicio sirve como preámbulo para la elaboración de una campaña publicitaria que los estudiantes en grupos de 3 van a desarrollar en un futuro, los estudiantes demuestran interés y participan activamente del ejercicio.</p>	

Investigadores: Cristhian Montes y Lina Cardona	Número de la ficha: 3
Fecha: 17 de Abril de 2017	Nombre de la asignatura: Taller de Comunicación oral y escrita
Hora: Inicio 10:20am Final 11:20am	Lugar: Colegio Inem Felipe Pérez de Pereira
Descripción de la asignatura: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Comprensión:</i> Comprendo e interpreto textos audiovisuales con actitud crítica y capacidad argumentativa. • <i>Producción textual:</i> Produzco textos que evidencian mi conocimiento de la comunicación en diferentes contextos. • <i>Medios de Comunicación y Sistemas simbólicos:</i> Retomo críticamente los lenguajes no verbales para desarrollar procesos comunicativos intencionados. 	
Descripción general del espacio: <p>El salón de clase tiene las sillas justas para 30 estudiantes, organizadas en mesa redonda, las paredes adornadas con afiches alusivos a la modalidad y un cuadro organizacional para el aseo, el salón está dotado con escritorio para el profesor y un tablero.</p> <p>De 30 estudiantes asistieron a clase 30, de ellos 26 mujeres y 4 hombres y cuya edad varia dentro del rango de 14 a 17 años.</p>	
Aspectos: <p>El profesor les facilita a los estudiantes recortes de prensa nacional, los estudiantes analizan la noticia y su estructura para luego comentarla y debatirla en subgrupos. Después de darle lectura, cada equipo de trabajo preparara una exposición de la noticia con su respectiva estructuración para una próxima sesión de clase, en donde tendrán en cuenta aspectos como: las cinco W, fuentes, estilo de redacción y la editorial del periódico.</p>	

Investigadores: Cristhian Montes y Lina Cardona	Número de la ficha: 4
Fecha: 28 de Abril de 2017	Nombre de la asignatura: Taller de Diseño gráfico
Hora: Inicio 8:10am Final 9:25am	Lugar: Colegio Inem Felipe Pérez de Pereira
Descripción de la asignatura: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Producción textual:</i> Produzco textos gráficos y escritos que evidencien mi conocimiento de la comunicación en diferentes contextos. • <i>Comprensión e interpretación textual:</i> Comprendo e interpreto textos gráficos y escritos con actitud crítica y capacidad argumentativa. • <i>Medios de Comunicación y Sistemas simbólicos:</i> Retomo críticamente los lenguajes no verbales para desarrollar procesos comunicativos intencionados. 	
Descripción general del espacio: <p>La sala de clase tiene 40 escritorios equipados con computadores de mesa, organizadas en mesa redonda, es una sala de cómputo interdisciplinaria de la institución, la sala también está dotado con escritorio equipado con un computador para el profesor, un tablero y un video proyector.</p> <p>De 30 estudiantes asistieron a clase 24, de ellos 21 mujeres y 3 hombres y cuya edad varia dentro del rango de 14 a 17 años.</p>	
Aspectos: <p>Por petición del profesor los estudiantes se preparan para la exposición de ciertas infografías realizadas en encuentros anteriores de la asignatura, el profesor pasa por cada equipo de cómputo revisando el avance de sus estudiantes.</p> <p>Los estudiantes demuestran en su exposición al grupo su nivel de estética y conceptualización a partir de la temática general propuesta <i>medio ambiente</i>, de las mismas también se puede observar su desempeño simbólico e icónico a la hora de realizar y presentar su pieza gráfica.</p>	

Con base en el Plan de área de la modalidad, entre las 4 asignaturas que la componen, se encargan de desarrollar las capacidades para alcanzar los objetivos propuestos, esto por medio de actividades prácticas donde involucran procesos tecnológicos.

Cada asignatura se fundamenta en los aspectos descritos por Marquès (2000)³¹, morfológico, didáctico, estético, sintáctico y semántico, cuya la finalidad es que los estudiantes puedan desarrollar la competencia comunicativa, utilizando adecuada y responsablemente las estrategias discursivas y mediatizadas.

A continuación se hace un análisis más exacto a partir de cada aspecto propuesto por Pere Marquès:

- **Aspecto morfológico:** está compuesto de los elementos visuales y sonoros, los cuales se desarrollan por medio de las asignaturas de la modalidad, ofreciendo una exploración hacia éstas formas de comunicar, por medio de proyectos de creación donde se busca fortalecer los significados visuales y sonoros, y cómo las nuevas tecnologías permiten crear y recrear significados audiovisuales.
- **Aspecto didáctico:** la intencionalidad pedagógica de algunos proyectos es notable, cuando desde las asignaturas se producen recursos que fortalezcan los conocimientos obtenidos en los procesos educativos, pero la mayoría de producciones cuentan con un contenido poco cercano a los intereses y conocimientos adquiridos de los estudiantes.
- **Aspecto estético:** las relaciones de significado y sentido, local y global, son un aspecto fundamental en el plan de área de las asignaturas, por ende la estética es un factor que responde a la diversidad.
- **Aspecto sintáctico:** lo componen elementos técnicos para la creación audiovisual, así como planos, ángulos, iluminación, los cuales se exploran en solo algunas asignaturas debido a su relación directa con esta teoría y manejo de conceptos.
- **Aspecto semántico:** recursos visuales y lingüísticos son los que aquí se unen para hacer uso de la metáfora, los símbolos, frases hechas o la ironía, con la finalidad de comunicar una idea; las asignaturas de la modalidad se quedan en una fase donde lo literal es lo ideal.

³¹ MARQUÈS, Pere. La alfabetización audiovisual: introducción al lenguaje audiovisual: Barcelona, 2000.

La observación no participante permitió comparar el plan de estudio de la modalidad *Comunicación Audiovisual* con la teoría sobre alfabetización audiovisual, estableciendo una relación significativa y permitió afirmar que los estudiantes del grado 10-08 tienen conocimientos básicos para la producción audiovisual, éstos adquiridos en mayor medida desde su relación con la modalidad y los procesos que allí se desarrollan.

Más allá de que el plan de estudio esté fundamentado en los conocimientos básicos que Marqués propone respecto a la Alfabetización Audiovisual, también se observó que los estudiantes entienden los conceptos de una forma adecuada y tienen conocimiento en cuanto a los significados que se conectan por medio de los diferentes lenguajes para dar sentido a una producción audiovisual.

A la hora de emplear los conceptos los estudiantes presentaron dificultades para emplearlos, pues en las actividades propuestas por los profesores de cada asignatura no se elaboran producciones desde sus conocimientos adquiridos teóricamente; es necesario para una lectura completa de la alfabetización audiovisual, en términos de la competencia mediática, observar la práctica y la creación de sentido desde los estudiantes empleando los significados. Así que para la continuidad de la investigación evaluativa fue necesario llevar a la práctica actividades de producción con los estudiantes, donde se reflejaron sus conocimientos y la manera en que se desarrolla la competencia mediática, para la cual se diseñó un cuestionario a manera de Pretest.

2.4.2 Pretest

Este instrumento se desarrolló por medio de un cuestionario para conocer la competencia mediática desde los saberes previos de los estudiantes de la modalidad Comunicación audiovisual, y así a partir de los resultados, diseñar y desarrollar un plan de producción que permita observar las competencias y su desarrollo en la práctica. En el inicio se tenía la intención de realizar un diagnóstico a partir de las producciones audiovisuales previas de los estudiantes, pero no se encontró material para el análisis.

2.4.2.1 Cuestionario del Pretest

La creación del cuestionario fue basada y fundamentada en las dimensiones e indicadores de la Competencia Mediática, de esta forma se tiene una primera idea de los alcances y dificultades mediáticas de la población que compone la unidad de análisis.

El cuestionario arrojó resultados que van a direccionar el análisis del proceso de producción. La estructura del cuestionario consta de 12 preguntas y está conformado de la siguiente manera: La primera y segunda pregunta obedecen a la dimensión de **Lenguaje** y sus respectivos indicadores de análisis y expresión; La tercera y cuarta pregunta corresponden a la dimensión **Tecnología** y sus respectivos indicadores de análisis y expresión; La quinta y sexta preguntas obedecen a la dimensión **Procesos de interacción** y sus respectivos indicadores de análisis y expresión; Las preguntas séptima y octava obedecen a la dimensión **Ideología y valores** y sus respectivos indicadores de análisis y expresión; La novena y décima preguntas obedece a la dimensión **Procesos de producción y difusión** y sus respectivos indicadores de análisis y expresión; y las preguntas onceava y doceava corresponden a la dimensión **Estética** y sus respectivos indicadores de análisis y expresión.

A continuación se presenta el cuestionario que diligenciaron los estudiantes de la modalidad Comunicación Audiovisual del grado 10 -08 a partir de los ítems arriba mencionados:

**Pretest inicial con los estudiantes del grado 10 – 08 pertenecientes a la modalidad
Comunicación audiovisual del colegio INEM Felipe Pérez de Pereira en el año lectivo 2017.**

Nombre completo _____ Edad _____

Responda Marcando con una (X) la casilla que desea responder en cada pregunta

1. ¿Comprende los significados de planos, encuadres, efectos sonoros, colores, movimiento, etc.? Por ejemplo: Voz OFF, plano general, tonos fríos y cálidos.

☐ SI
☐ NO

2. ¿Emplea los significados de planos, encuadres, efectos sonoros, colores, movimiento, etc.?

☐ SI
☐ NO

3. ¿Reconoce las posibilidades comunicativas que ofrecen las nuevas tecnologías? Por ejemplo: El celular, el computador, redes sociales.

☐ SI
☐ NO

4. ¿Hace uso de las posibilidades comunicativas que ofrecen las nuevas tecnologías?

☐ SI
☐ NO

5. ¿Considera que su comportamiento en los medios se limita al ocio?

☐ SI
☐ NO

6. ¿Comparte en los medios de comunicación sus producciones audiovisuales?

☐ SI
☐ NO

7. ¿Hace selección crítica de la información con la que tiene contacto? Por ejemplo: las noticias o la información que ve en redes sociales

☐ SI
☐ NO

8. ¿Comparte información veraz y con sentido en los medios?

☐ SI

☐ NO

9. ¿Entiende la relación entre la información a dar y el formato en que se presenta? Por ejemplo: Informativos- noticieros, Historias- documentales.

☐ SI

☐ NO

10. Teniendo en cuenta el público, ¿sabe qué formatos emplear para transmitir cierta información?

☐ SI

☐ NO

11. ¿Identifica factores estéticos en el contenido que se encuentra en los medios? Por ejemplo: Color, limpieza de la imagen, estabilidad, emociones.

☐ SI

☐ NO

12. ¿Tiene en cuenta factores estéticos para sus producciones en los medios?

☐ SI

☐ NO

Esta encuesta hace parte del Proyecto de grado de Crísthian Montes Valencia y Lina M. Cardona:

"Investigación evaluativa sobre la competencia mediática y la alfabetización audiovisual en los estudiantes del grado 10-8 del colegio INEM Felipe Pérez de la ciudad de Pereira, durante el año 2017"

A modo de cuestionario se les practicó a los estudiantes de la modalidad Comunicación audiovisual un Pretest para conocer los saberes previos (*Anexo1 Cuestionario*), arrojando resultados que van a direccionar el análisis del proceso de producción.

En la siguiente tabla se hace la tabulación de las respuestas que 30 estudiantes de 30 realizaron (*Fig. 3: Tabulación*)

Preguntas	Respuestas	
	SI	NO
1. ¿Comprende los significados de planos, encuadres, efectos sonoros, colores, movimiento, etc.?	87%	13%
2. ¿Emplea los significados de planos, encuadres, efectos sonoros, colores, movimiento, etc.?	74%	26%
3. ¿Reconoce las posibilidades comunicativas que ofrecen las nuevas tecnologías?	100%	0%
4. ¿Hace uso de las posibilidades comunicativas que ofrecen las nuevas tecnologías?	94%	6%
5. ¿Considera que su comportamiento en los medios se limita al ocio?	90%	10%
6. ¿Comparte en los medios sus producciones audiovisuales?	0%	100%
7. ¿Hace selección crítica de la información con la que tiene contacto?	30%	70%
8. ¿Comparte información veraz y con sentido en los medios?	26%	74%
9. ¿Entiende la relación entre la información a dar y el formato en que se presenta?	87%	13%
10. Teniendo en cuenta el público, ¿sabe qué formatos emplear para transmitir cierta información?	70%	30%
11. ¿Identifica factores estéticos en el contenido que se encuentra en los medios?	84%	16%
12. ¿Tiene en cuenta factores estéticos para sus producciones en los medios?	100%	0%

Fig. 3: Tabulación

2.4.3 Plan de producción

Para evaluar los procesos de la modalidad Comunicación Audiovisual respecto al desarrollo de la Competencia Mediática y la Alfabetización Audiovisual se plantó un plan de producción que cuenta con la estructura de la planeación para la producción audiovisual, que como ejercicio está dividida en Pre- producción, Producción y Posproducción. La pretensión fue que los estudiantes sean los creadores y desarrolladores de un producto audiovisual.

El plan de producción permitió observar las competencias de una forma dinámica e implícita. Esta fase hace parte de la propuesta metódica CIPP en el momento del *Input*.

2.4.3.1 Diseño del Plan de producción

Éste plan de producción corresponde a 5 días (sesiones de encuentro) que fueron otorgados por la Institución Inem Felipe Pérez de la ciudad de Pereira para el desarrollo de la actual Investigación Evaluativa, con la finalidad de conocer los procesos mediante los cuales se desarrollan las Competencias Mediáticas y hacer un análisis de los logros y alcances de los estudiantes que componen al grupo 10-08, el cual fue la unidad de análisis. Este diseño, estructuralmente responde a las actividades a hacer, cómo hacerlas, su objetivo, las competencias a evidenciar y los recursos a utilizar.

A continuación se presentan las 5 tablas de planeación a partir de los ítems mencionados anteriormente:

Plan de producción para la realización de: _____
 con los estudiantes de 10-08 de la modalidad Comunicación Audiovisual en el año 2017

Investigadores: Cristhian Montes y Lina Cardona

Día	Momento de producción	Actividades	¿Cómo?	Objetivo	Competencias	Recursos
1	PRE-producción	<p>Los estudiantes, desde sus gustos e intereses, realizan una lluvia de ideas de la cual se van a extraer diferentes temáticas, después se debate sobre las ideas anteriores y se elige una, ésta será la temática a tratar en el producto audiovisual. El paso a seguir es la indagación, recolección y selección de información respecto al tema elegido. Con la información definida se establece posición y objetivo del producto audiovisual en proceso de creación.</p> <p>Finalmente se define el formato y el género con el que se trabajará y con base en ello se da una estructura inicial del producto en relación a su contenido.</p>	<p>Por medio de la moderación se reúnen las diferentes ideas escritas en el tablero, para después proceder a elegir las por medio de votación. Cuando se define el tema, los estudiantes se dividen por mesas de trabajo para realizar la recolección de información, la cual es expuesta y argumentada entre las mesas de trabajo. Al definirse la información y el formato que darán estructura a la producción audiovisual por medio de las mismas mesas de trabajo se realiza una propuesta de guion.</p>	<p>Generar un borrador de guion literario con relación al formato a trabajar.</p>	<p>Comportamiento mediático;</p> <p>Manejo de información;</p> <p>Emplear los significados.</p>	<p>Tablero. Internet. Apuntes. Expresión.</p>

Notas:

Plan de producción para la realización de: _____						
con los estudiantes de 10-08 de la modalidad Comunicación Audiovisual en el año 2017						
Investigadores: Cristhian Montes y Lina Cardona						
Día	Momento de producción	Actividades	¿Cómo?	Objetivo	Competencias	Recursos
2	PRE y PROducción	<p>Los estudiantes definen la estructura final del guion literario para dar paso al guion técnico y la repartición de roles para la producción audiovisual, este paso, si es necesario será coordinado por los moderadores.</p> <p>Cuando estén definidos los roles se conformarán equipos de trabajo para la creación de los insumos necesarios para la producción.</p> <p>Cuando los guiones estén listo y las funciones definidas se llevará el primer momento de la práctica con equipos, los cuales serán suministrados por el Punto Vive Digital de la Institución Educativa Inem Felipe Pérez.</p>	<p>Cada mesa de trabajo expone su guion y cuenta de qué manera se desarrolla, esto abrirá una nueva votación que dará como resultado el guion final, el cual será la base para la realización del guion técnico.</p> <p>Luego se hace la selección de roles por parte de los estudiantes, teniendo en cuenta habilidades y preferencias, con la finalidad de potenciar cada parte del proceso, en esta selección resulta quien(es) coordine el proceso, para lo cual los mediadores podrán ayudar. Al definir guiones y funciones desde los roles se da paso a la creación de los insumos que serán parte fundamental del producto audiovisual en cuestión.</p>	Generar guiones y llevar un primer momento a la práctica lo planeado.	<p>Manejo de información;</p> <p>Entender los significados;</p> <p>La belleza en la forma de comunicar;</p> <p>Emplear los significados;</p> <p>Significado de los formatos;</p> <p>Posibilidades tecnológicas y narrativas</p>	<p>Internet.</p> <p>Apuntes.</p> <p>Expresión.</p> <p>Equipos.</p> <p>Punto Vive Digital.</p>
Notas:						

Plan de producción para la realización de: _____
 con los estudiantes de 10-08 de la modalidad Comunicación Audiovisual en el año 2017

Investigadores: Cristhian Montes y Lina Cardona

Día	Momento de producción	Actividades	¿Cómo?	Objetivo	Competencias	Recursos
3	PRO- ducción	Los estudiantes revisan los insumos que han creado y analizan su desempeño hasta ese momento, esta jornada será dedicada en su totalidad a la culminación de lo planeado en la fase de creación de insumos para el producto audiovisual.	Desde sus roles los estudiantes analizan su desempeño con base en la alcanzado hasta el momento y exponen su fortalezas o dificultades para el alcance de los objetivos. Con el acompañamiento de los moderadores se lleva a cabo la creación de la totalidad de los insumos.	Completar la creación de los insumos para la producción audiovisual	Posibilidades tecnológicas y narrativas; Emplear los significados; Transmisión de información; Explorar y descubrir la estética; Apoyo tecnológico	Expresión. Equipos Punto Vive Digital.

Notas:

Plan de producción para la realización de: _____
 con los estudiantes de 10-08 de la modalidad Comunicación Audiovisual en el año 2017

Investigadores: Cristhian Montes y Lina Cardona

Día	Momento de producción	Actividades	¿Cómo?	Objetivo	Competencias	Recursos
4	PRO y POS-producción	Los estudiantes revisan los insumos creados y seleccionan los que usarán, también si se notó que algo hace falta se abre el espacio para crearlo. Después de tener los insumos listos se da paso al montaje, el cual va a corresponder al formato que los estudiantes hayan seleccionado. Para este proceso se cuenta con los equipos suministrados por el Punto Vive Digital.	Entre todo el grupo se revisan los insumos recolectados y reunidos en un almacenamiento y se toman decisiones sobre cambios, complementos o ausencias y se da un tiempo determinado para suplir esto. Desde los equipos del Punto Vive Digital se da el montaje de la información en un formato respectivo a la producción audiovisual, éste proceso se hace en compañía de los moderadores, con el fin de resolver inquietudes y brindar ayuda pertinente.	Creación de insumos completa y primer momento de montaje.	Explorar y descubrir la estética; Apoyo tecnológico; Articulación lenguajes-formatos-espacios; Articulación mediática	Expresión. Equipos Punto Vive Digital.
Notas:						

Plan de producción para la realización de: _____						
con los estudiantes de 10-08 de la modalidad Comunicación Audiovisual en el año 2017						
Investigadores: Cristhian Montes y Lina Cardona						
Día	Momento de producción	Actividades	¿Cómo?	Objetivo	Competencias	Recursos
5	POS-producción	Los estudiantes dedican esta jornada al montaje, por medio de la interacción tecnológica emplean sus insumos para darle sentido a la información que reunieron y así lograr su objetivo comunicativo, el cual se encuentra expuesto a través de una producción audiovisual.	Con la ayuda de los equipos del Punto Vive Digital los estudiantes transforman sus insumos en un producto audiovisual, el cual transmite una idea originada en la discusión y planeación del grupo.	Terminar la fase montaje del producto audiovisual y dejarlo listo para la difusión.	Posibilidades tecnológicas y narrativas; Emplear los significados; Transmisión de información; Explorar y descubrir la estética; Apoyo tecnológico; Articulación lenguajes-formatos-espacios; Articulación mediática	Expresión. Equipos Punto Vive Digital.
Notas:						

2.4.3.2 Bitácora del Plan de producción

La bitácora para los encuentros del plan de producción, fue la herramienta que permitió recolectar la información para el análisis final, en el que se reportan los avances y resultados preliminares del proyecto de investigación.

Al inicio y al final de cada día se realizó un resumen de las actividades realizadas, los logros, las dificultades, y las competencias involucradas en cada proceso que se lleva a cabo con los estudiantes. Se analizó de qué manera los estudiantes resuelven los problemas a lo largo del desarrollo del plan de producción, su

capacidad de reflexión y su forma de expresión, sus conocimientos para potenciar los procesos y demás aspectos pertinentes para el análisis del desarrollo de competencias mediáticas.

El análisis del plan de producción a la luz de los objetivos y las competencias, dio una idea de la manera en que los estudiantes desarrollan las competencias mediáticas, de qué manera se apropian de los recursos y los discursos.

El formato de la bitácora se estructuró con los siguientes ítems:

- **Investigadores:** Nombre de quién realiza la pesquisa.
- **Día:** Orden en la que se realizó la observación.
- **Objetivos propuestos:** Son los resultantes del plan de grabación dependiendo del momento (Pre, Pro y pos producción).
- **Objetivos alcanzados:** Aquí se responde con los resultados y cuales se alcanzaron a partir de los objetivos propuestos.
- **Recursos:** Material de insumo que sirve al momento del plan de producción.
- **Posibles competencias a visibilizar:** Incorporación de las dimensiones e indicadores de la competencia mediática.
- **Competencias visibilizadas:** Aquí se responde con los resultados y cuales se alcanzaron a partir de las posibilidades de las competencias mediáticas.
- **Resultados:** Observación de la sesión en cuestión del plan de producción con los estudiantes.

Acompañar a los estudiantes en la realización del producto audiovisual permitió observar sus habilidades y conocimientos respecto a la alfabetización audiovisual, experiencia que se llevó a cabo en conjunto con una bitácora que reunió la información de cada día de desarrollo del plan de producción, ésta relata el inicio y el final en cuanto a objetivos del día y competencias. La relación que guarde la bitácora respecto al plan de producción estuvo condicionada por el contexto. Cabe mencionar que el plan de producción se realizó en 3 sesiones y no en 5 como en principio se había planeado.

A continuación se presentan las bitácoras a través de su cuadro estructural con sus respectivos ítems debidamente diligenciados:

Bitácora para la recolección de datos para cada sesión del plan de producción.						
Investigadores: Cristhian Montes y Lina Cardona						
<i>Día</i>	<i>Objetivos propuestos</i>	<i>Objetivos alcanzados</i>	<i>Recursos</i>	<i>Posibles competencias a visibilizar</i>	<i>Competencias visibilizadas</i>	<i>Resultados</i>
1	<p>Análisis de temáticas posibles para el Magazine</p> <p>Elección de posición frente al tema</p> <p>Argumentos individuales y colectivos que sustentan el tema</p>	<p>Discusión sobre los conflictos en el aula</p> <p>Elección del tema; Toma de posición</p> <p>Consolidación de argumento; Generación de guion</p>	<p>Tablero</p> <p>Internet.</p> <p>Apuntes</p> <p>Expresión</p>	<p>Comportamiento mediático</p> <p>Manejo de información</p> <p>Emplear los significados</p>	<p>Comportamiento mediático</p> <p>Manejo de información</p> <p>Entender los significados</p> <p>La belleza en la forma de comunicar</p> <p>Emplear los significados.</p>	<p>En este primer día del proceso se debatieron las ideas que los estudiantes querían expresar, por motivos de vivencia y ánimos a entender mejor la situación en la que se encontraban y actuar para intentar darle solución a su contexto eligieron la temática de las redes sociales y su uso en la población más cercana a ellos, la Institución educativa Inem Felipe Pérez. Además, con base en toda la información recolectada se dividió el grupo por mesas de trabajo, cada una dedicada a una sección para el Magazine, allí se generó y completó el guion para las 4 secciones que se decidieron realizar.</p>

Bitácora para la recolección de datos para cada sesión del plan de producción.						
Investigadores: Crithian Montes y Lina Cardona						
Día	Objetivos propuestos	Objetivos alcanzados	Recursos	Posibles competencias a visibilizar	Competencias visibilizadas	Resultados
2	<p>Análisis del guion literario que se produjo</p> <p>Ajustes pertinentes</p> <p>Guion técnico por mesas de trabajo</p>	<p>Guion literario aprobado</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Objetivos y roles definidos</p> <p>Trabajo desde la destreza individual</p> <p>Manejo del lenguaje audiovisual</p> <p>Guion técnico aprobado; Posibilidad tecnológica</p>	<p>Guiones literarios producidos anteriormente</p> <p>Tablero</p> <p>Internet</p> <p>Apuntes</p> <p>Equipo técnico (Punto Vive Digital)</p>	<p>Significado de los formatos</p> <p>Posibilidades tecnológicas y narrativas</p>	<p>Significado de los formatos</p> <p>Posibilidades tecnológicas y narrativas</p> <p>Emplear los significados</p> <p>Transmisión de información</p> <p>Explorar y descubrir la estética</p> <p>Apoyo tecnológico</p> <p>Articulación lenguajes-formatos-espacios</p>	<p>En el segundo día los objetivos eran analizar lo generado anteriormente, y si era pertinente modificarlo, cuando se llegara a un acuerdo del guion las mismas mesas de trabajo desarrollan el guion técnico. Este proceso se realiza en muy poco tiempo, cada grupo de cada sección se encarga de recolectar los insumos para la producción audiovisual del Magazine que titularon <u>CoAud</u>. Para dicha recolección se pensó trabajar con los equipos del Punto Vive Digital del colegio Inem Felipe Pérez, reservados con anterioridad, pero ese día no fue posible, debido a esto los estudiantes proponen usar sus Smartphone para recolectar los insumos de su producción, al terminar se reúne la información en un mismo sitio y se establecen los pendientes para dar paso a la edición.</p>

Bitácora para la recolección de datos para cada sesión del plan de producción.						
Investigadores: Cristhian Montes y Lina Cardona						
<i>Día</i>	<i>Objetivos propuestos</i>	<i>Objetivos alcanzados</i>	<i>Recursos</i>	<i>Posibles competencias a visibilizar</i>	<i>Competencias visibilizadas</i>	<i>Resultados</i>
3	Material completo Recursos extra Edición	Material completo Recursos extra Edición Creatividad Armonía en la diferencia	Computador Smartphone	Articulación mediática Articulación lenguajes-formatos-espacios Posibilidades tecnológicas y narrativas Emplear los significados Transmisión de información Explorar y descubrir la estética	Articulación mediática Articulación lenguajes-formatos-espacios Posibilidades tecnológicas y narrativas Emplear los significados Transmisión de información Explorar y descubrir la estética	En el tercer encuentro se completaron los recursos para iniciar la edición, la cual estaba pensada para desarrollarse en la sala de edición del Punto Vive Digital, lo cual tampoco ese día fue posible, así que los estudiantes editaron en su smartphone la sección en la que se trabajó por mesa de trabajo, finalmente se reúnen las secciones, a las cuales se le anexa la presentación como hilo conductor. Los encargados del proceso reúnen todos los clips en un corte grueso aprobado por los estudiantes. Como resultado el Magazine CoAud consta de 4 secciones que abordan de diferentes maneras el análisis de las redes sociales en su comunidad más cercana, su colegio.

Para evaluar los procesos de la modalidad Comunicación Audiovisual respecto al desarrollo de la Competencia Mediática y la Alfabetización Audiovisual se desarrolló un plan de producción el cual contó con la estructura de la planeación para la producción audiovisual dividida en Pre, Pro y Posproducción, esto quiere decir que los estudiantes debían ser creadores y desarrolladores de un producto audiovisual. El plan de producción permitió observar las competencias de una

forma dinámica e implícita y tuvo la finalidad de dar una idea acerca del desarrollo de la competencia mediática de los estudiantes de 10-08 a propósito de su modalidad Comunicación Audiovisual para luego ser relacionada como actuar entre la teoría y el pretest inicial.

Para el desarrollo de este proceso se destinó una semana, con una totalidad de 15 horas aproximadamente, aunque el tiempo pudo variar dependiendo del contexto y sus actores.

Antes de definir el formato audiovisual a trabajar se realizó con los estudiantes una consulta sobre su relación con los medios, esto con la finalidad de tratar temas y formatos de su interés. Como resultado los medios que los estudiantes más consumen son la televisión y el internet, el formato que más les interesa explorar en la creación, es la realización de imagen dinámica que se puede encontrar en los medios mencionados anteriormente. El género elegido, como estrategia integradora y posibilitadora de expresar las diferentes ideas y posiciones de los estudiantes, es el Magazine.

La temática elegida por parte de los estudiantes luego del panorama brindado, fue las Redes sociales y su tratamiento ético. Los estudiantes hicieron un análisis crítico a los diferentes usos que se les da a estas plataformas, esto surge debido a que en el aula se viven problemas producto de las interacciones que se realizan a partir de las redes sociales que usan cotidianamente (*WhatsApp, Facebook e Instagram*).

El tiempo pensado y planeado al inicio del proceso (5 sesiones) no correspondió al periodo de tiempo realmente empleado, este es uno de los hallazgos fundamentales para el proceso, pues el plan de producción se llevó a cabo de una manera dinámica y por ende muy rápida en tan solo 3 sesiones. Aunque la producción pudo haber sido realizada de una forma más "avanzada", con referencia al préstamo de los equipos técnicos por parte del *Punto Vive digital*, los *Smartphone* fueron también una herramienta ya bastante desarrollada en este aspecto, así que es de valorar la destreza de los estudiantes con este artefacto, con el cual han potenciado sus conocimientos audiovisuales y por decisión autónoma, utilizar estos dispositivos para llevar a cabo el Magazine.

2.4.4 Proceso del Plan de producción

La evidencia del proceso fue documentada por medio de fotografías, las cuales se dividen respectiva por las fases de producción para la realización del producto audiovisual final:

- Fase de Pre- producción:



- Fase de Producción:



- Fase de Pos producción:



2.4.5 Producto final

El producto obtenido sirvió para recopilar los alcances audiovisuales de los estudiantes del grado 10-08, entendiendo video como el sistema que permite la grabación de imágenes y sonidos. Y este, fue el resultado del plan de producción propuesto por los moderadores con el interés de evaluar el desarrollo de la competencia mediática en los estudiantes.

La pretensión final de este plan de evaluación fue la creación de un producto audiovisual de total autoría de los estudiantes del grado 10-08, en el cual expresen su opinión, posición, ideología, etc. respecto a alguna temática que reúna sus intereses.

Un magazine titulado “COAUD” cuya temática son las redes sociales, en donde los estudiantes se expresaron por medio de un VoxPop, un dramatizado, una entrevista a un invitado y por ultimo una reflexión final. El video tiene una duración de 11 minutos con 2 segundos y queda publicado en internet mediante la plataforma *Youtube* con el siguiente link:

<https://youtu.be/rMNs6S6GVxQ>



El producto audiovisual final fue un objeto de análisis para definir la forma en que se desarrolla la competencia mediática, esto en el tercer capítulo de la presente investigación.

La presentación de los resultados y hallazgos fue a partir de los momentos CIPP y su respectiva herramienta para el análisis: contexto con los resultados de la

observación no participante y el pretest, Input con el plan de producción, proceso con las bitácoras de cada sesión y el producto con el video final.

CAPÍTULO 3. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A lo largo del proceso evaluativo se implementaron varios instrumentos de recolección de la información, éstos fueron factor fundamental para obtener resultados que ayudan a direccionar el proceso investigativo con el propósito de observar la manera en que se desarrolla la competencia mediática, además analizar la alfabetización audiovisual en los estudiantes de la modalidad Comunicación Audiovisual; esto se logró por medio de indagaciones y comparaciones previas que afirmaron la posibilidad de analizar la competencia mediática en los estudiantes de 10-08.

Este capítulo servirá para contrastar y relacionar la información encontrada mediante el levantamiento de datos, con la visión de los autores recogida en el marco teórico. La manera en la que se va a efectuar el análisis es extrayendo las categorías relevantes del marco teórico, como la alfabetización audiovisual y la competencia mediática, para relacionarlas directamente con los instrumentos de recolección de datos y así reflejar el análisis a la luz del proceso. Al final se hizo una evaluación netamente técnica del video final que sirvió como soporte a la hora de concluir la investigación.

3.1 ALFABETIZACIÓN AUDIOVISUAL

En cuanto al conocimiento básico de la alfabetización audiovisual se tuvieron en cuenta los factores y aspectos del lenguaje audiovisual, para la obtención de resultados. Respecto a esta categoría, el proceso de producción reveló los siguientes datos:

Proceso de producción: La planeación de este proceso se hizo teniendo en cuenta la estructura de tres momentos: PRE, PRO y POS producción; inicialmente se propuso que cada momento constara de 5 horas para su desarrollo. Los estudiantes recibieron el Plan de producción, antes de iniciar el proceso, para tener la posibilidad de detallar las actividades que hacen parte de cada momento para obtener un producto audiovisual.

En cuanto a tema, contenido, información, estética, formato, fueron los estudiantes los encargados de planear cómo obtener los insumos y darle un sentido.

En el proceso desarrollado por los estudiantes se observaron falencias para desarrollar un discurso y cómo presentar la información, respecto al qué decir y cómo decirlo. La hipótesis es que hay cierto desinterés por informarse y explorar las diversas maneras de comunicar algo, prefieren que los discursos y la información con la que han de trabajar sean desde otra fuente, ya sea por medio de una entrevista o interacción con alguien externo.

Solo en una situación en el momento del guion, los estudiantes fueron capaces de reunir información propia y plasmarlo de una forma que coincida con su finalidad, esto quiere decir que los estudiantes tienen dificultad para ligar los lenguajes.

Los alcances de los estudiantes en el momento de PRE-producción fueron:

Elección del tema “Redes sociales”, donde su interés fue mostrar cómo las redes sociales son usadas de forma negativa, por medio de un Magazine audiovisual que se divide en cuatro secciones diferentes definidas así: Vox-pop, Dramatizado, Entrevista y Reflexión. Las secciones van conectadas por medio del rol de presentación, la cual también contó con un guion. A partir de los guiones se dio el espacio para realizar también los guiones técnicos, éstos ocuparon poco tiempo, pues los estudiantes hicieron un esquema propio, no hicieron una planeación técnica bastante elaborada, y mucho de lo logrado desde lo técnico, fue decidido en el momento mismo de la grabación.

Esto muestra que los estudiantes no le dan relevancia a planear sus procesos de interacción con los artefactos y no identifican cómo esto puede potenciar el mensaje que se quiere decir, y hacerlo de la manera más ordenada posible, pues los medios no solo funcionan para replicar la oralidad, sino que también funcionan para mezclar la oralidad con una o varias de las tantas estrategias comunicativas que ofrecen los medios, con la finalidad de producir sentido teniendo en cuenta las

diversas formas de comunicar, como dicen Briggs y Burke (2002)³², los medios deben ser entendidos como una totalidad, aprehender como interdependientes los distintos medios de comunicación, tratarlos como un conjunto, un repertorio.

En el momento de la Producción los estudiantes se dividieron por mesas de trabajo compuestas por diversos roles, necesarios para producir cada sección del Magazine, así que de forma sincrónica cada grupo recolectó los insumos para la sección designada, esto con la supervisión de los moderadores ya que mientras se llevaba a cabo el ejercicio se analizaron las competencias y por supuesto la alfabetización audiovisual, se observó el uso de los conocimientos adquiridos en pro a la creación y se observaron factores como: comparación de lenguajes, fotografía, lectura crítica, video, y gramática audiovisual.

En este momento del Plan de producción los estudiantes debieron recolectar los insumos necesarios para enriquecer cada sección del Magazine, en este caso archivos de video, los cuales fueron capturados con los celulares de los estudiantes, pues los equipos del Punto vive digital, los cuales tenían reserva previa, no estuvieron disponibles. Los moderadores cumplieron un rol de observación durante todo este proceso y como tal la evidencia quedó reposada en las bitácoras. En cuanto a la gestión de lugares, personas, situaciones, los estudiantes se encargaron de ello, aprovechando además que la Institución Inem Felipe Pérez es bastante grande y ofrece diversos espacios que se pueden aprovechar al momento de producir.

Los logros por parte de los estudiantes al momento de la Producción fueron:

- Recolectar los insumos necesarios que correspondían a cada sección. Para la sección de Vox-pop un grupo de estudiante se desplazó por la Institución para preguntarle a algunas personas, miembros de la comunidad estudiantil, sobre las redes sociales, qué son y sus usos.

³² BRIGGS, Asa y BURKE, Peter. De Gutenberg a Internet: Una historia social de los medios de comunicación: 2002.

- Para el Dramatizado, los estudiantes recrearon algunas situaciones negativas que se producen a partir de las redes sociales; en cuanto a planos y detalles de linealidad los estudiantes se desarrollaron de una forma positiva, aunque no usen el lenguaje técnico, demostraron que hay una apropiación práctica de los elementos sintácticos que enmarca Marqués (2000)³³, saben qué significa lo que hacen, pero no saben cómo se llama. Factores como color e iluminación no fueron tenidos en cuenta para producir, no tienen un manejo minucioso de la imagen que se va a producir. En el Dramatizado los estudiantes hicieron un acercamiento a la comparación de lenguajes por medio del uso de los aspectos morfológicos, donde dentro de la misma producción saben de qué manera mezclar imagen estática y efectos sonoros, con la finalidad de producir sentidos alrededor de una idea. En esta sección los estudiantes optaron por actuar y representar los personajes en pantalla, para mostrar la cercanía del tema con la comunidad, esto mostró cierto nivel de reflexión respecto a los aspectos semánticos, donde se apoyan en los significados para crear uno propio.
- En la siguiente sección, la Entrevista, un grupo de estudiantes propuso realizar una indagación a partir de las redes sociales con la ayuda de un profesor de la Institución, encargado de la asignatura Diseño gráfico, con la finalidad de ampliar la información sobre las redes sociales de una manera amplia y clara. Esta entrevista se dio a modo de cuestionario, pues el rol de quien entrevistaba se limitó solo a arrojar preguntas y direccionar la sección, más en ningún momento hubo una interacción entre entrevistado y entrevistador. Hace falta fortalecer aspectos relacionados con la comunicación oral con base en los discursos y narrativas audiovisuales. Aquí también se observó que mucho de lo técnico es definido al momento de grabar por quien está desempeñando la función, no hay un manual de estilo que defina los aspectos sintácticos en cada sección y el por qué. Estos aspectos no se reflexionan a profundidad.

³³ Aspecto sintáctico: concierne a todos los aspectos estructurales y expresivos propios del lenguaje audiovisual.

- Para la sección final, Reflexión, los estudiantes pretendían mostrar un aspecto positivo de las redes sociales, esto mediante la conexión de un discurso compuesto y dicho por algunos estudiantes del grado 10-08, éste discurso presentó un escenario donde la lectura crítica tiene cercanía con las redes sociales, puesto que allí se tiene acceso a diversos tipos de discursos que van desde el mero ocio hasta el aprendizaje explícito. En esta sección lo técnico fue también decidido al momento de grabar, cada estudiante que participó en el discurso decidió técnicamente cómo quería que fuera la secuencia al momento de salir en cámara. En cuanto a las características del Lenguaje audiovisual enmarcadas por Marqués, esta sección se definió por la capacidad que tiene este tipo de lenguaje para movilizar la sensibilidad antes que el intelecto. En la fase de Producción todo el material propuesto al inicio fue creado, además los recursos extra como imágenes, audios y clips de presentación.

Los logros alcanzados por los estudiantes en el momento de Pos-producción fueron:

- Darle sentido a los insumos que recolectaron, esto por medio de una herramienta de edición, lo cual se tenía planeado hacer desde el Punto Vive Digital, pero no fue posible; ante la negativa los estudiantes usaron editores compatibles con los sistemas operativos de sus celulares, de esa forma cada grupo encargado de cada sección entregó el correspondiente clip completo, así mismo para quienes se encargaron de los clips de la presentación. Los moderadores unieron todos los clips en un “corte grueso” y añadieron logos y créditos finales. Resultado de esto fue la construcción del Magazine CoAud, nombre que decidieron ponerle los estudiantes de 10-08 abreviando el nombre de su modalidad. Aunque el proceso de producción se tornó bastante diferente debido al contexto mismo, se logró obtener un producto audiovisual de 11 minutos, el cual reúne el trabajo colectivo de los estudiantes de la modalidad Comunicación Audiovisual del colegio Inem Felipe Pérez, contexto en el cual se observaron posibilidades analíticas y expresivas en cuanto a la Alfabetización Audiovisual, mientras

ésta vaya más allá de la teoría, para obtener un mayor acercamiento al desarrollo de la Competencia Mediática.

3.2 COMPETENCIA MEDIÁTICA

A raíz de la constante aparición de los medios de comunicación en el aula, ya sea para estudiar con ellos o estudiarlos a ellos, surge ésta competencia, la cual se enmarca en dos indicadores: análisis y expresión; Los indicadores están diseñados para 6 dimensiones, las cuales componen la competencia mediática, y son: Lenguaje; Tecnología; Procesos de interacción; Ideología y Valores; Estética; Procesos de producción y difusión.

Los resultados obtenidos a la luz de ésta categoría son resultado del Pretest cuya herramienta fue el cuestionario que se les aplicó a los estudiantes de grado 10-08, basado en las seis dimensiones que proponen Ferrés y Piscitelli (2012)³⁴ como estructura de la competencia mediática. Los resultados dieron un primer hallazgo sobre los conocimientos, experiencia y las falencias de los estudiantes y sus alcances a nivel mediático cuando se contemplaron las respuestas de los estudiantes y se atravesaron con la teoría.

Pretest: Las doce preguntas que componen el cuestionario surgieron de las 6 dimensiones de la competencia mediática, dos por cada dimensión debido a los indicadores análisis y expresión, a continuación los resultados de cada pregunta.

1. ¿Comprende los significados de planos, encuadres, efectos sonoros, colores, movimiento, etc.? Respuestas: SI- 26 y NO- 4

La mayoría de los estudiantes reconoce que tiene contacto con ésta terminología y su significado en una producción audiovisual, esto quiere decir que en la dimensión de Lenguaje, en el indicador Análisis, los estudiantes presentan cierto desarrollo, pues en las asignaturas de la modalidad adquieren conocimiento sobre ello.

³⁴ FERRÉS, Joan y PISCITELLI, Alejandro. La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. Barcelona: 2012.

2. ¿Emplea los significados de planos, encuadres, efectos sonoros, colores, movimiento, etc.? Respuestas: SI- 22 y NO- 8

La mayoría de los estudiantes emplea sus conocimientos sintácticos en las producciones audiovisuales que se generan a partir de la modalidad, teniendo en cuenta los significados que cada acción y/o detalle, le dan a un producto.

Ésta primera dimensión, *Lenguajes*; se relacionó con las fases de planeación, donde se determina qué y cómo se comunicarán los mensajes, los estudiantes tienen la habilidad para crear guiones literarios, pero para sus producciones no le han dado lugar al guion técnico como parte del proceso, solo lo ven como un “medio” más. Esto a pesar de que al momento de la práctica sí emplearon algunas funciones sintácticas del lenguaje audiovisual. Hace falta una apropiación de los significados, para entender que en lo audiovisual lo técnico también requiere reflexión y creatividad.

3. ¿Reconoce las posibilidades comunicativas que ofrecen las nuevas tecnologías? Respuestas: SI- 30 y NO- 0

La totalidad de los estudiantes sabe que las nuevas tecnologías de la información brindan un panorama diverso de múltiples formas de comunicar, esto a raíz no solo de los procesos culturales, sino también desde el ámbito educativo, como se evidencio con el uso del Smartphone en el momento de grabación.

4. ¿Hace uso de las posibilidades comunicativas que ofrecen las nuevas tecnologías? Respuestas: SI- 28 y NO- 2

La mayoría de estudiantes dice que hace uso de las posibilidades comunicativas de las nuevas tecnologías, pues están inmersos en un contexto donde la mayoría de mensajes en diferentes formatos están mediados por las nuevas pantallas.

Respecto a esta dimensión, de *Tecnología*; en la práctica, los estudiantes perciben las nuevas tecnologías como herramientas para documentar, más no herramientas para comunicar, por decirlo de alguna forma, se quedan en lo literal,

no exploraron las formas figurativas de presentar mensajes a través de las nuevas tecnologías, esto quiere decir que hay cierta falencia en el desarrollo de los aspectos semánticos respecto al lenguaje audiovisual. No quiere decir que los estudiantes no desarrollen esta dimensión, sí lo hacen, pero de una forma superficial. Respecto al uso de equipos propicios para una producción, el único equipo utilizado como tal fue el celular.

5. ¿Considera que su comportamiento en los medios se limita al ocio?
Respuestas: SI- 27 y NO- 3

La mayoría de estudiantes en sus procesos de interacción dice que el uso que le da a los medios se reduce al ocio, cuando podría ser, esta actividad, una experiencia de intercambio de ideas, conocimiento, intereses, saberes y por supuesto el fortalecimiento de un sentido crítico.

6. ¿Comparte en los medios sus producciones audiovisuales? Respuestas: SI- 0 y NO- 30

La totalidad de los estudiantes indican que en los medios, ya sea físicos o digitales, no reposa ninguna de sus producciones audiovisuales realizada hasta el momento, esto debido a que sus creaciones no responden a sus intereses.

Los resultados en cuanto a esta dimensión, *Procesos de interacción*, se tornaron críticos, ya que es una competencia que, según estos resultados, no se encuentra en desarrollo. En contraste con la práctica de los estudiantes se encontró que el accionar y sus habilidades no responden a los resultados del cuestionario, pues demuestran que mucho de lo que ven en los medios los ayuda a fortalecer sus ideas de producción, y en cuanto a compartir las creaciones en los medios desconocen la facilidad para participar en ellos. Hace falta más acompañamiento e instrucción para ayudar a los estudiantes a reconocer cómo lo externo les enseña y cómo interactuar con lo “externo”.

7. ¿Hace selección crítica de la información con la que tiene contacto?

Respuestas: SI- 9 y NO- 21

La mayoría de los estudiantes reconoce que no hace una selección crítica de la información, como resultado de esto es que ellos retienen información que no saben por qué está en sus cabezas, pues cuando son receptores no ponen un filtro, esto debido a que carecen de contenido.

8. ¿Comparte información veraz y con sentido en los medios? Respuestas:

SI- 8 y NO- 22

La mayoría de estudiantes reconoce que comparte información carente de sentido en las redes sociales, el mayor uso que le dan a los medios es mero entretenimiento, y la información con la que se interactúa son consultas o farándula respecto a lo global, nacional y local.

Respecto a la dimensión *Ideología y valores*, se identificó que el valor de la información y su uso también es un resultado crítico, pues quiere decir que los estudiantes no desarrollan esta competencia, la cual cumple un papel bastante pertinente para la producción. En cuanto a la práctica desde esta dimensión, los estudiantes sí identificaron las fuentes confiables, son críticos respecto a algunos datos con los que tienen contacto, pero debido a que no tienen mucha experiencia filtrando información, quedan, en sus producciones, algunos rastros de información “de más”. Para producir, también es necesario fortalecer el sentido crítico y el aprovechamiento de los medios como escenario de aprendizaje, lo cual se logra a partir del acercamiento y reflexión constante a comprender lo que circula y se hace circular en los medios.

9. ¿Entiende la relación entre la información a dar y el formato en que se presenta? Respuestas: SI- 26 y NO- 4

La mayoría de estudiantes afirma tener claridad en la relación de la información que quieren dar respecto al formato en que ésta se puede presentar. Esto es necesario ya que el formato hace parte del sentido que adquiere la información.

10. Teniendo en cuenta el público, ¿sabe qué formatos emplear para transmitir cierta información? Respuestas: SI- 21 y NO- 9

La mayoría de los estudiantes entiende cómo los formatos responden a las diferentes necesidades entendiendo la población, también llevaría a entender de qué manera se pueden incorporar los medios en diferentes contextos.

Lo que se reflejó en la dimensión *Procesos de producción y difusión* es que hay un buen conocimiento de formatos respecto al contexto y la información, pero desde la práctica, los estudiantes revelaron que al momento de decidir el formato su conocimiento es poco, así que optan por elegir un formato que simplemente los favoreciera a la hora de producir diferentes secciones todas encaminadas en un mismo tema.

La toma de decisión desde una producción audiovisual es bastante seria, pues por un detalle que falle no se obtiene el producto indicado, así que hay cierta necesidad de fortalecer conocimientos respecto a formatos para disminuir la problemática que Marqués (2000) denomina como “Mala codificación”.

11. ¿Identifica factores estéticos en el contenido que se encuentra en los medios? Respuestas: SI- 25 y NO- 5

La mayoría de estudiantes afirma que identifica los factores estéticos, esto quiere decir que en cuanto a este factor hay una reflexión, es relevante para los estudiantes que la composición de la imagen encaje y no cause “ruido” visual.

12. ¿Tiene en cuenta factores estéticos para sus producciones en los medios? Respuestas: SI- 25 y NO- 0

La totalidad de los estudiantes reconoce que tiene en cuenta factores estéticos al momento de producir audiovisuales, pues entienden que a la imagen la componen diversos detalles que deben complementarse y encajar.

El análisis que se hace desde la dimensión *Estética* mostró que para los estudiantes la estética es algo relevante al consumir y producir, pero desde la práctica se identifica que en la producción los factores estéticos son tenidos en

cuenta si son relativos a lo humano, pero en cuanto a la imagen total, hay poca atención en los lugares y si éstos favorecen los mensajes, como tal en la construcción de todo el cuadro.

Entender lo que dice cada símbolo, cada formato, cada palabra es una de las urgencias más grandes del momento, pues como lo dicen José Ma Bautista y Ana Isabel San José “necesitamos preparar a los niños para que sepan vivir y sobrevivir en un mundo donde la imagen y las relaciones simbólicas son las que configuran la realidad”³⁵.

3.2.1 Conclusiones a la luz de la competencia mediática

Lenguaje: Los estudiantes presentan un desarrollo mínimo de ésta competencia, ya que es necesario fortalecer aspectos sintácticos en los procesos comunicativos e implementar aspectos semánticos que se encuentran en desuso.

Tecnología: Los estudiantes se desenvuelven en el manejo de artefactos tecnológicos que estén involucrados en sus producciones, pero hace falta reflexionarlos de forma técnica, para así sacar el máximo provecho del apoyo tecnológico en los procesos comunicativos.

Procesos de interacción: Los estudiantes no identifican cómo el comportamiento mediático, las relaciones que se crean en los medios, la participación en ellos, y su reflexión puede aportar a los procesos de producción, además, la facilidad que hoy existe para compartir en los medios, lo que se crea, está siendo ignorada.

Ideología y valores: Los estudiantes deben fortalecer los procesos de selección y producción de la información, es necesario que entiendan el término “filtro” como un proceso necesario de revisión del mensaje, esto con la finalidad de identificar la información necesaria y la que puede sobrar o no responde a la finalidad e intereses de la producción.

³⁵ BAUTISTA, José Ma; SAN JOSÉ, Ana Isabel (2002) Cine y creatividad. Madrid: FERE

Procesos de producción y difusión: Los estudiantes presentan dificultades para identificar aspectos codificadores para sus producciones, los formatos y los repositorios le aportan también sentido a las producciones.

Estética: Los estudiantes reconocen la estética, pero solo hay atención y ajustes en el ámbito humano, hace falta concebir la estética en todos los elementos que hacen parte del mensaje, lugar, elementos, palabras, etc.

Los estudiantes de la modalidad Comunicación Audiovisual del grado 10-08 desarrollan la Competencia Mediática por medio de la relación teoría y práctica, pues de esta manera los conocimientos se contrastan con el accionar, generando una oportunidad de reflexión con base en las producciones, pues es necesario producir para hacer uso de los conceptos que se ven desde las asignaturas por medio de los profesores encargados.

Desde las 4 asignaturas que componen la modalidad Comunicación Audiovisual es necesario que los procesos que se dan desde cada una se retroalimenten y compartan sus esferas, evidenciando y entendiendo la forma en que se conectan diversos aspectos en una producción audiovisual.

3.3 MAGAZINE COAUD.

El siguiente análisis es meramente técnico, teniendo como base los conocimientos básicos del lenguaje audiovisual propuesto por Marqués (2000)³⁶ y la competencia mediática planteada por Ferrés y Piscitelli (2012)³⁷.

Magazine audiovisual *COAUD* creado por los estudiantes de 10-08 del colegio Inem Felipe Pérez de la ciudad de Pereira.

Los conocimientos previos de los estudiantes respecto a medios se dieron por medio de las asignaturas que componen la modalidad a la que pertenecen,

³⁶ MARQUÈS, Pere. La alfabetización audiovisual: introducción al lenguaje audiovisual: Barcelona, 2000.

³⁷ FERRÉS, Joan y PISCITELLI, Alejandro. La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. Barcelona: 2012.

Comunicación Audiovisual, y los equipos empleados para la realizaron fueron celulares de alta gama, lo cual permite capturar imagen en buena definición.

El tiempo empleado fue alrededor de 9 horas, dentro de las cuales los estudiantes diseñaron guion, grabaron y editaron un producto audiovisual de casi 11 minutos. Éste fue el primer ejercicio de producción que ellos llevaron a cabo con el acompañamiento de un moderador o instructor.

En cuanto a la calidad, es buena si está dirigido para la web, la planimetría es rica y creativa, aunque aún ocurran errores de corte taxonómicos. Los discursos son coherentes, aunque haya que trabajar un poco la oralidad en cuanto a vocalización y expresión corporal. Debido a que la grabación del audio fue a través de los auriculares del celular, generó una falla sonora que afectó partes de la comprensión del mensaje. También hay algunos errores en cuanto a iluminación. Es un factor para resaltar la temática escogida y la mirada que se elige, pues es algo cercano y relevante para comunidad en la que se quiere impactar.

Se debe prestar atención no solo a los insumos principales para la producción, también es fundamental crear a partir de imágenes, iconos o figuras una imagen que defina el formato en que se está trabajando. La planeación abre la oportunidad de reflexionar muchos aspectos relevantes para una buena producción audiovisual.

CONCLUSIONES

- Los medios de comunicación han tenido muy buenas repercusiones en el ámbito escolar, aprender de los medios y con los medios de comunicación desde su evolución tecnológica, hasta la empleabilidad para el aprendizaje, convirtiéndose así en un aliado estratégico para el sector educativo, cumpliendo sin duda alguna un papel fundamental en la sociedad.
- Los estudiantes del grado 10-08 de la modalidad Comunicación Audiovisual, del colegio Inem Felipe Pérez de la ciudad de Pereira, tienen condiciones para la creación y realización de un producto audiovisual con las bases teóricas de la alfabetización audiovisual y demuestran un desarrollo de la competencia mediática y sus indicadores, a través del análisis del desarrollo del Plan de producción y el producto logrado.
- Entendiendo que la competencia mediática está compuesta por indicadores de análisis y expresión, la teoría y la práctica deben tener la misma importancia en procesos de producción, pues es necesario conceptualizar y poner en práctica los significados. También es de suma importancia que los estudiantes tengan la oportunidad de experimentarlos, de esa manera hay mayor apropiación de conceptos y dominio del lenguaje audiovisual.
- Las actividades que se desarrollan desde cada asignatura de la modalidad, genera que los estudiantes conciban la producción como procesos inconexos, aún cuando las actividades podrían estar conectadas por proyectos semanales o mensuales, los cuales permitan pasar por las fases de producción y darle a cada una su importancia en el proceso, pretendiendo el desarrollo de la competencia mediática y el alcance del objetivo de la modalidad.
- Los estudiantes presentan actitudes como trabajo en equipo, recursividad y participación activa, que permiten un trabajo con buenos resultados, en los cuales predomina su creatividad. El uso de los celulares para la grabación del

producto audiovisual, revela su capacidad para implementar las nuevas tecnologías en proyectos de su contexto.

- El método CIPP propuesto por Stufflebeam para el levantamiento de los datos de un objeto de investigación, ajustado a un plan de producción, fue fundamental para estructurar desde contexto, input, proceso y producto, y a su vez organizar la información y así garantizar una unidad de análisis de los resultados finales a través de las evidencias que cada instrumento deja.
- Es posible observar de qué manera se desarrolla la competencia mediática por medio del diseño e implementación de un plan de evaluación que cuente con un análisis reflexivo y práctico en cuanto a la alfabetización audiovisual.
- Es necesario que en la modalidad exista un repositorio físico y digital (en la web) de las realizaciones y producciones que elaboran los estudiantes desde su práctica académica en las diferentes asignaturas; cuya finalidad será la de crear memoria y recorrido de la modalidad Comunicación Audiovisual, y así poder hacer un análisis exhaustivo de entrada para poder determinar si los estudiantes son competentes mediáticos.

BIBLIOGRAFIA

APARICI, Roberto y SILVA, Marco. Pedagogía de la interactividad: Madrid, España; 2012.

BARBERO, Jesús. Estallido de los relatos y pluralización de las lecturas: Huelva, España; 2008.

BAUTISTA, José Ma; SAN JOSÉ, Ana Isabel (2002) Cine y creatividad. Madrid: FERE.

BRIGGS, Asa y BURKE, Peter. De Gutenberg a Internet: Una historia social de los medios de comunicación: 2002.

BUCKINGHAM, David y MARTÍNEZ, Juan. Jóvenes interactivos: nueva ciudadanía entre redes sociales y escenarios escolares, Revista Comunicar. 2013.

CASTELLS, M. 2005. Innovación, libertad y poder en la era de la información. El carácter contradictorio del proceso de globalización y la diversidad. Monografía en línea. ONG Derechos Digitales. Disponible en: <http://www.derechosdigitales.org>

DE OLIVEIRA, Ismar. El derecho a la pantalla: de la educación en medios a la edu- comunicación en Brasil: Sao paulo; 2007.

ESCUADERO, Tomas. Desde los tests hasta la investigación evaluativa actual. Un siglo, el xx, de intenso desarrollo de la evaluación en educación: 2003.

FERRÉS, Joan y PISCITELLI, Alejandro. La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. Barcelona: 2012.

FREINET, Celestin. La psicología sensitiva y la educación: 1969.

GARCIA, Agustín. Televisión y jóvenes en España: 1993.

HERNANDEZ, Roberto. Metodología de la investigación: México, 1991.

MASTERMAN, Len. La enseñanza de los medios de comunicación: 1993.

MARQUÈS, Pere. La alfabetización audiovisual: introducción al lenguaje audiovisual: Barcelona, 2000.

MARTINEZ, Salanova, Enrique. Sánchez, Logroño. Medios de comunicación y encuentro de culturas, Revista Comunicar: 1942.

NIÑO, Víctor. Los medios audiovisuales en el aula: 2005.

RINCON, Omar. No más audiencias, todos devenimos productores: Colombia, 2007.

Tomado del portal web: <https://goo.gl/vg2VJz> (UNESCO) United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation.

Tomado del portal web: <https://bit.ly/2LjZ9GE> de la Secretaría Jurídica Distrital de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. Colombia.

UNESCO: El papel de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública, 2003.

UNESCO: Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social, 2008.